



# ALBERGO RURALE

STUDIO DI FATTIBILITA' PRELIMINARE "SISTEMA ALBERGHI RURALI - BIM BRENTA"



agenda 21  
consulting srl  
territorio e sviluppo sostenibile®

[www.agenda21.it](http://www.agenda21.it)  
località Savari, 34 - Torcegno (Tn)  
via Palladio, 3 - Mestrino (Pd)

*a cura di:*

*Giovanna Coggi  
Luca Dalla Libera  
Simone Dalla Libera  
Luca Lietti  
Giacomo Munegato  
Lorenza Ropelato*

stampato nel mese di aprile 2017  
presso Q&B grafiche

## INDICE

1. Premessa	5	4.1 Buone pratiche e benchmark di riferimento	37	5.6.1 Ecomuseo del Lagorai	108
1.1 Le fasi del progetto	5	4.1.1 Albergo Diffuso Ornica	38	5.6.2 Ecomuseo del Tesino	108
1.2 La struttura dello studio	6	4.1.2 Albergo Diffuso Faller	40	5.6.3 Ecomuseo della Valsugana	109
2. Il contesto dello studio	7	4.1.3 Albergo Diffuso Valcellina e Val Vajont	41	5.6.4 Ecomuseo del Vanoi	109
2.1 Inquadramento territoriale	7	4.1.4 Albergo Diffuso Comeglians	42	5.6.5 Conclusioni	110
2.2 Inquadramento demografico	10	4.1.5 Albergo Diffuso Borgo Soandri	44	5.7 Le malghe	111
2.3 Inquadramento turistico	11	4.1.6 Albergo Diffuso Valli del Natisone (Slow Valley)	46	5.7.1 Conclusioni	112
2.3.1 L'offerta turistica	11	4.1.7 Conclusioni	47	5.8 Individuazione dei sub-ambiti	112
2.3.2 Il fenomeno Airbnb	16	4.2 Costruzione del modello	48	5.8.1 Metodologia	113
2.3.3 La domanda turistica	18	4.2.1 Esempi di applicazione del modello	50	5.8.2 Applicazione del modello	114
2.3.4 I luoghi di interesse secondo il PUP	25	5. La ricerca-azione sul territorio	52	6. Scenari di start-up nei sub-ambiti	117
3. L'ospitalità diffusa in Italia	26	5.1 Metodologia di ricerca	52	6.1 Metodologia	117
3.1 Evoluzione del fenomeno	26	5.2 L'Ambito Turistico Altipiani Cimbri	54	6.2 Albergo Rurale Lagorai	118
3.1.1 La nascita ed i primi anni	26	5.2.1 Progetti di ospitalità diffusa	56	6.2.1 Contesto	118
3.1.2 Lo sviluppo	28	5.3 L'Ambito Turistico Valsugana	66	6.2.2 Valutazione	120
3.1.3 L'espansione ed i suoi rischi	29	5.3.1 Consorzio Turistico della Vigolana	68	6.2.3 Primi elementi di Business Plan	121
3.1.4 La sfida del mercato	30	5.3.2 Progetto di recupero baite in Val Campelle	78	6.2.4 Carta di identità	121
3.2 Il contesto attuale	30	5.3.3 Progetto integrato di sviluppo locale in Val Calamento e Musiera	80	6.3 Albergo Rurale Alpe San Giovanni Alpe Vederna	122
3.2.1 Localizzazione	30	5.4 L'Ambito Turistico San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi	91	6.3.1 Contesto	122
3.2.2 Profilo dei visitatori	32	5.4.1 Progetto Tracce sull'Alpe Vederna, Alpe San Giovanni	92	6.3.2 Valutazione	124
3.2.3 Performance	33	5.4.2 Progetto di Albergo Diffuso del Vanoi	94	6.3.3 Primi Elementi di Business Plan	125
3.3 Albergo Diffuso e dintorni	34	5.5 Vacanze in Baia	102	6.3.4 Carta di identità	125
3.3.1 Albergo Diffuso secondo la legge trentina	34	5.5.1 Nascita e sviluppo	102	6.4 Paese Albergo Cimbri	126
3.3.2 Albergo Diffuso di Campagna/di Valle - Albergo Rurale	34	5.5.2 Consistenza dell'offerta	102	6.4.1 Contesto	126
3.3.3 Residence Diffuso	36	5.5.3 Flusso turistico generato	103	6.4.2 Valutazione	128
3.3.4 Paese/Borgo Albergo	36	5.5.4 Confronto con Airbnb	104	6.4.3 Primi Elementi di Business Plan	129
3.3.5 Malga/Fattoria Diffusa	36	5.5.5 Conclusioni	105	6.4.4 Carta di identità	129
4. Un possibile modello di valutazione	37	5.6 Gli Ecomusei	106	7. Conclusioni	130
				7.1 Alcune indicazioni dalle esperienze analizzate	131
				7.2 Possibile sviluppo del progetto	132



## 1 - PREMESSA

L'obiettivo del presente studio di fattibilità è quello di fornire quanti più elementi e strumenti possibili per valutare con oggettività l'opportunità di sostenere l'avvio, o meno, di uno o più progetti pilota di ospitalità diffusa, sotto forma di start-up di impresa turistica, sul territorio del BIM del Brenta. L'intero documento si presenta come uno studio comparato tra la realtà in esame, con le sue diverse potenzialità e criticità, e la multiforme esperienza dell'ospitalità diffusa nel nostro Paese. La principale lente con cui si deve approcciare questo studio è la sostenibilità nel lungo periodo del progetto di sviluppo locale.

### 1.1 - LE FASI DEL PROGETTO

Di pari passo con l'aumento della domanda di turismo rurale e con l'affermazione di alcuni progetti di valorizzazione delle produzioni locali e di turismo naturalistico, negli ultimi anni sono emerse proposte di gestione innovativa della ricettività, soprattutto in quelle aree più marginali rispetto ai flussi di turismo tradizionale.

Il BIM Brenta, in qualità di organo sovra-comunale preposto a favorire il progresso economico e sociale della popolazione del suo territorio, ha quindi incaricato un soggetto professionale terzo, Agenda 21 Consulting, di realizzare questo studio per avere una base oggettiva e scientifica di riferimento per sostenere l'eventuale sviluppo di progetti di ospitalità diffusa nei prossimi anni.

L'incarico, della durata di sette mesi, a partire dal 22 agosto 2016, si è svolto sostanzialmente in cinque fasi, una conseguente all'altra:



Foto: Panoramica di Mezzano con Pale di San Martino. Ph Aldo Miele. APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

1. comunicazione dell'avvio dello studio ai Comuni consorziati, alle Comunità di Valle ed alle Aziende di Promozione Turistica presenti sul territorio, attraverso l'invio di e-mail e telefonate;
2. raccolta ed elaborazione dei dati per l'analisi del contesto;
3. ideazione, costruzione e sviluppo del modello di analisi del territorio, partendo dallo studio della teoria in materia, della storia del fenomeno e della valutazione delle buone pratiche presenti in territori simili;
4. ricerca-azione e mappatura del territorio, attraverso l'invio a tutti i Comuni consorziati di una scheda di mappatura degli hotspot, seguita da una serie di

incontri di approfondimento con i venti soggetti che lo hanno richiesto: amministrazioni comunali (Canal San Bovo, Castel Ivano, Folgaria, Lavarone, Luserna, Pieve Tesino, Roncegno Terme, Scurelle, Telve), Agenzie di Promozione Turistica (Valsugana-Lagorai, Alpe Cimbra, San Martino di Castrozza-Primiero-Vanoi, Consorzio Turistico della Vigolana), altri soggetti del territorio (Ecomuseo del Lagorai, Ecomuseo del Tesino, Ecomuseo della Valsugana, Ecomuseo del Vanoi, Oasi WWF Valtrigona, Cooperativa TeSTO, Rete Ecomusei del Trentino);  
5. applicazione del modello ideato sul contesto di studio per definire i sub-ambiti territoriali



Foto: Croce Rosetta. Ph Marcello Soffiati. APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

maggiormente idonei per sviluppare un progetto di ospitalità diffusa.

## 1.2 - LA STRUTTURA DELLO STUDIO

L'analisi dello stato di salute del turismo (capitolo 2) nell'ambito del BIM del Brenta rappresenta il punto di partenza naturale di questo studio. Si fornisce quindi un'istantanea della domanda e dell'offerta proponendo una sintesi dei più recenti dati disponibili. Per poter facili-

tare una scelta strategica obiettiva si rende poi necessario perimetrare il concetto di ospitalità diffusa superando la definizione di "albergo diffuso" che il legislatore provinciale fornisce (capitolo 3).

Successivamente (capitolo 4) vengono presentate le performance turistiche di alcune tra le più significative buone pratiche di ospitalità diffusa che - per contesto geografico, culturale e insediativo - possono essere considerate validi benchmark di riferimento. Da queste si è cercato di estrapolare i più comuni fattori/elementi di successo e fallimento.

La sezione seguente (capitolo 5) è il risultato della ricerca-azione compiuta sul territorio con lo scopo

di mappare le attrattive turistiche (gli hotspot) e segnalare le condizioni ed i fattori favorevoli all'avvio dell'ospitalità diffusa presenti nell'ambito del BIM Brenta, fino alla definizione più puntuale di aree omogenee (sub-ambiti) potenzialmente più vocate rispetto ad altre. I sub-ambiti individuati, quindi, rappresentano il contesto su cui sono stati impostati gli scenari di ospitalità diffusa con le maggiori probabilità di successo.

Il capitolo 6 descrive i possibili scenari di sviluppo dell'ospitalità diffusa attraverso la proposizione di mappe in grado di aggregare le attrattive turistiche (hotspot naturali, culturali, produzioni tipiche, possibilità di fruizione outdoor). Oltre alle mappe viene proposta un'analisi comparata con i benchmark descritti nel capitolo 4 ed una possibile struttura della relativa offerta turistica. Per ognuno degli scenari vengono forniti, inoltre, i primi elementi di Business Plan in un'agile scheda descrittiva.

L'ultimo capitolo (capitolo 7) raccoglie alcune conclusioni a cui è giunto il presente studio di fattibilità, fornendo una graduatoria tra gli scenari individuati; infine vengono appuntati alcuni possibili errori da evitare e si suggeriscono le possibili tappe per l'avvio concreto delle start-up.

## 2 - IL CONTESTO DELLO STUDIO

In questo capitolo viene presentata una breve analisi del contesto territoriale a cui si riferisce il presente studio, in modo da delineare lo scenario sul quale saranno innestati i ragionamenti costruiti nei capitoli successivi.

### 2.1 - INQUADRAMENTO TERRITORIALE

L'ambito oggetto di analisi si trova nella Provincia Autonoma di Trento e comprende parte del territorio di cinque Comunità di Valle: Alta Valsugana e Bernstol, Valsugana e Tesino, Altipiani Cimbri, Primiero e Valle di Fiemme. La tabella seguente identifica i 33 comuni interessati.

*Inquadramento territoriale dei 33 Comuni interessati dal BIM del Brenta*

#### Valsugana e Tesino

Bieno	Ospedaletto
Borgo Valsugana	Pieve Tesino
Carzano	Roncegno Terme
Castel Ivano	Ronchi Valsugana
Castello Tesino	Samone
Castelnuovo	Schurelle
Cinte Tesino	Telve
Grigno	Telve di Sopra
Novaledo	Torcegno

#### Primiero

Canal San Bovo	Primiero San Martino di Castrozza
Imer	
Mezzano	

#### Alta Valsugana e Bernstol

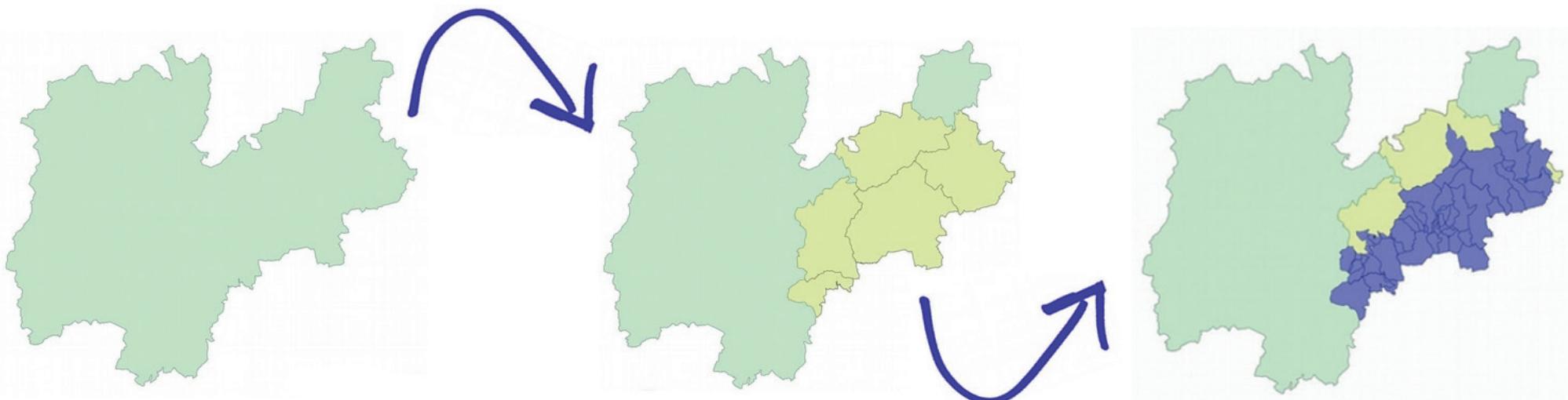
Altopiano della Vigolana	Levico Terme Pergine Valsugana
Calceranica al Lago	Tenna
Caldonazzo	Vignola-Falesina

#### Altipiani Cimbri

Folgaria	Luserna - Lusérm
Lavarone	

#### Valle di Fiemme

Ziano di Fiemme
-----------------



Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

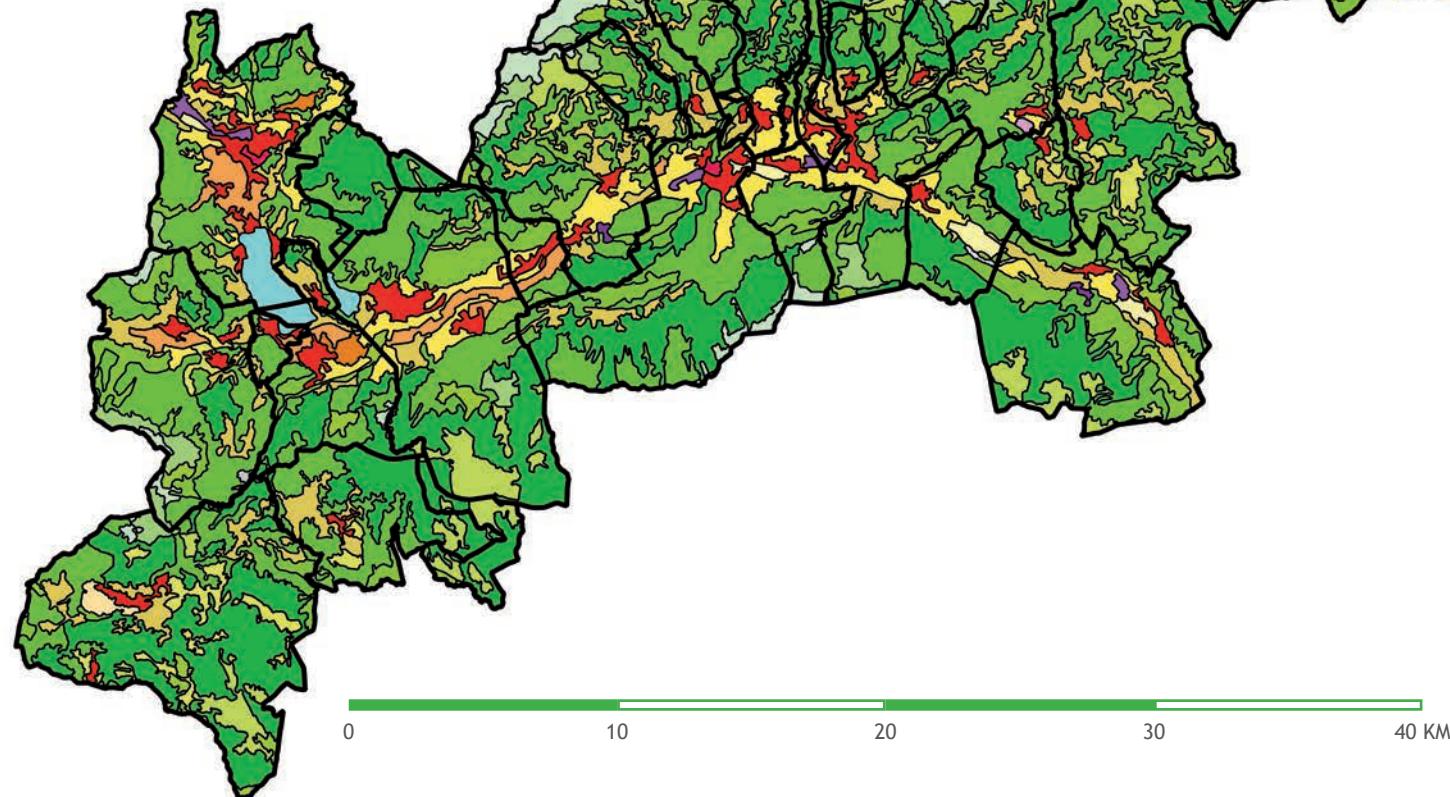
Corine Land Cover è un progetto europeo nato per il rilevamento e il monitoraggio delle caratteristiche di copertura e uso del territorio, con particolare attenzione alle esigenze di tutela ambientale. In particolare le differenti tipologie di utilizzazione del suolo sono rappresentate utilizzando quattro diverse gradazioni di colori:

- Rosso: zone residenziali, industriali e per servizi;
- Giallo: zone agricole;
- Verde: zone a bosco;
- Blu: corpi d'acqua.

La cartina seguente mostra l'uso del suolo per quanto riguarda il territorio dei 33 comuni oggetto d'indagine.

#### *Uso del suolo (2012)*

Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati CLC 2012



categoria	%	codice	estensione Kmq	%
Zone residenziali, industriali e per servizi	2,58%	Tessuto urbano continuo	0,63	0,05%
		Tessuto urbano discontinuo	30,27	2,28%
		Tessuto industriale o commerciale	2,51	0,19%
		Siti di estrazione mineraria	0,53	0,04%
		Strutture sportive e per il tempo libero	0,25	0,02%
categoria	%	codice	estensione Kmq	%
Zone agricole	11,62%	Terre coltivabili non irrigate	3,37	0,25%
		Terre coltivabili irrigate	1,76	0,13%
		Alberi da frutto e piantagioni di bacche	10,56	0,80%
		Pascoli	33,44	2,52%
		Colture annuali associate a colture permanenti	1,32	0,10%
		Modelli di coltivazioni complessi	36,97	2,79%
		Terreni occupati principalmente da agricoltura, con significative aree a vegetazione naturale	66,73	5,03%
categoria	%	codice	estensione Kmq	%
Zone a bosco	85,26%	Bosco di latifoglie	65,11	4,91%
		Bosco di conifere	501,50	37,80%
		Bosco misto	233,15	17,57%
		Praterie naturali	69,64	5,25%
		Brughiere	52,39	3,95%
		Bosco di arbusti	68,32	5,15%
		Spiagge, dune e sabbia	0,77	0,06%
		Rocce nude	74,90	5,64%
		Aree con scarsa vegetazione	65,50	4,94%
categoria	%	codice	estensione Kmq	%
Corpi d'acqua	0,55%	Corpi d'acqua	7,26	0,55%
<b>Total territorio BIM del Brenta</b>				
<b>estensione Kmq %</b>				
<b>1.326,88 100%</b>				

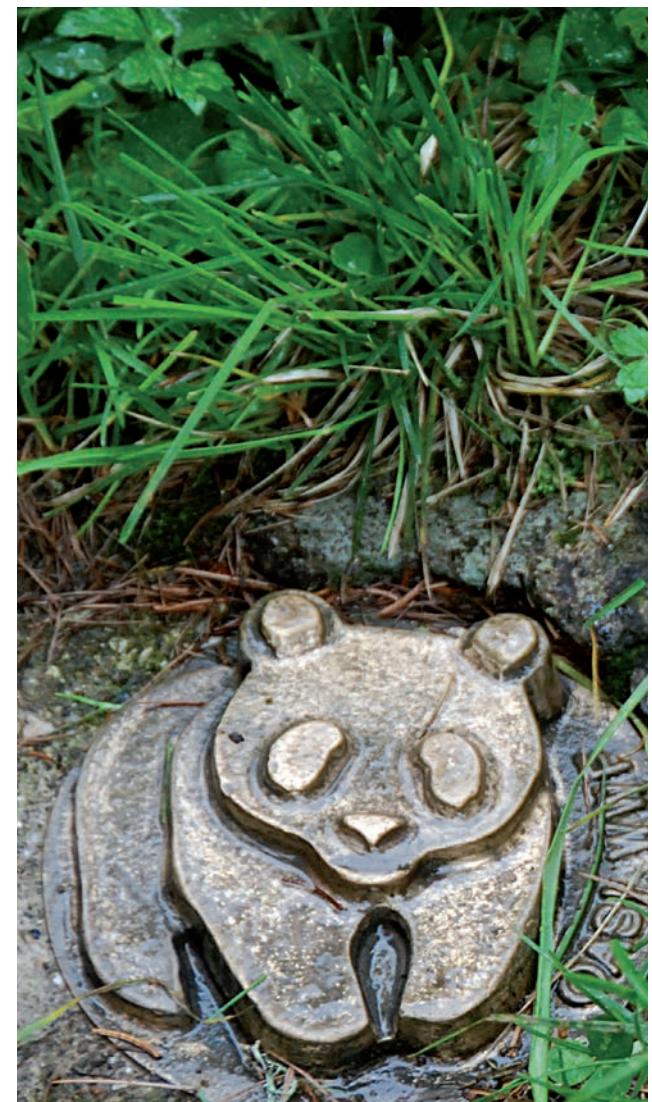


Foto: OASI WWF Valtrigona Trekking. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

Un ulteriore elemento che caratterizza il territorio analizzato è la sua grande disponibilità di risorse idriche. I due bacini idrografici principali sono quello del Brenta in Valsugana e quello del Cismon-Vanoi in Primiero; inoltre sono presenti i due maggiori laghi del Trentino, dopo il Garda, ovvero il Lago di Caldronazzo e quello di Levico. La viabilità, oltre ad essere influenzata dall'orografia del territorio e dall'ubicazione dei centri abitati, si è sviluppata tenendo conto delle zone industriali e delle colture presenti. Il fondovalle della Valsugana è percorso dalla trafficata Strada Statale 47. Alle zone "centrali" percorse da questa importante arteria stradale si contrappongono zone più "periferiche" con collegamenti naturalmente più radi, come il Tesino, o collegate con infrastrutture non sempre adeguate, come il Primiero.

## 2.2 - INQUADRAMENTO DEMOGRAFICO

L'andamento della popolazione residente nei 33 Comuni interessati dall'indagine è sintetizzata nella tabella seguente.

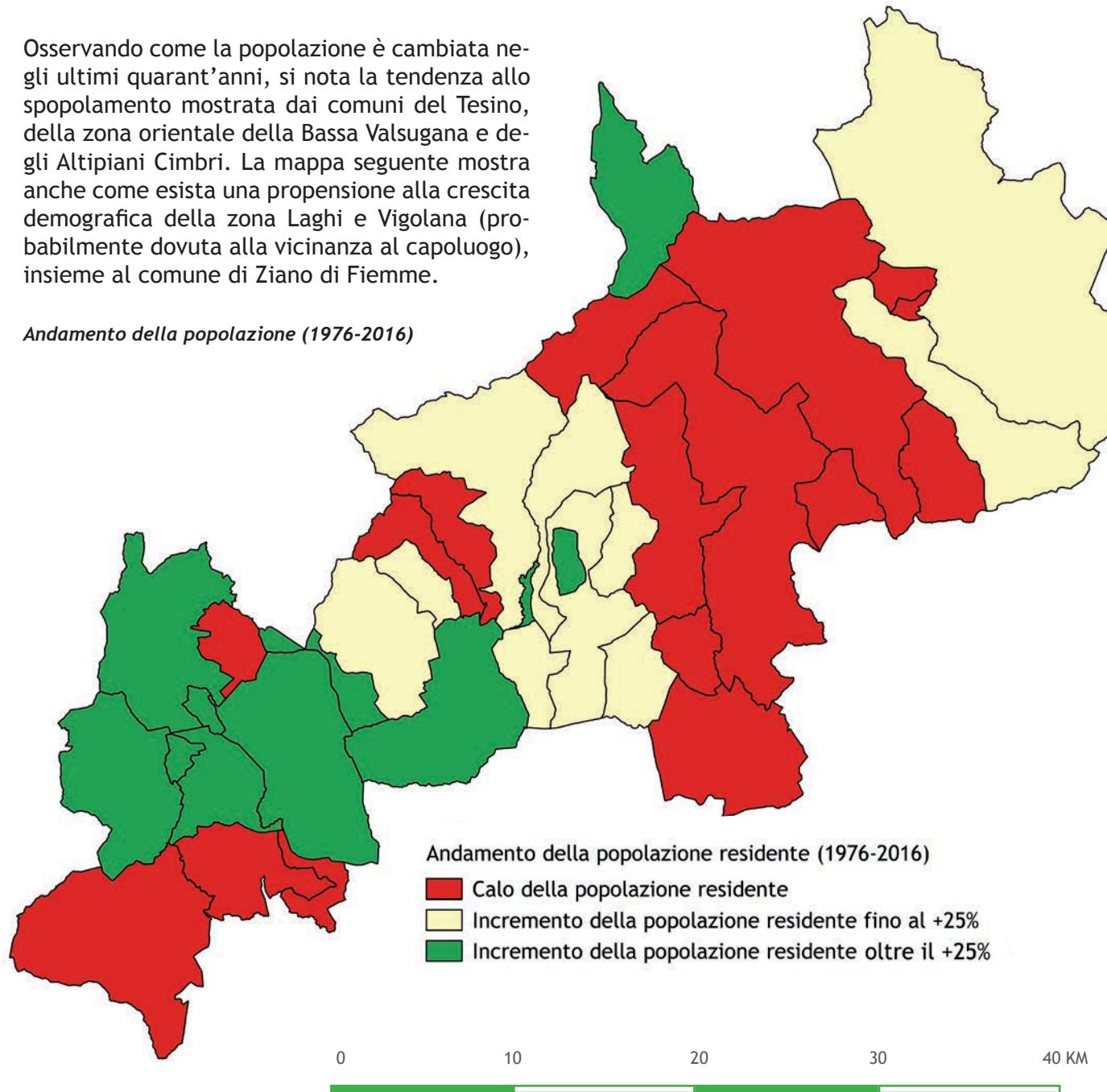
*Andamento della popolazione per Comune (1976-2016)*

Comune	1976	1986	1996	2006	2016	Var. 1976-2016
Altopiano della Vigolana	3.130	3.251	3.896	4.584	4.942	+57,9%
Bieno	420	402	483	453	423	+0,7%
Borgo Valsugana	5.075	5.358	5.786	6.643	6.945	+36,8%
Calceranica al Lago	955	1.088	1.132	1.249	1.387	+45,2%
Caldonazzo	2.166	2.311	2.584	3.019	3.631	+67,6%
Canal San Bovo	2.217	1.874	1.648	1.646	1.528	-31,1%
Carzano	376	422	468	508	518	+37,8%
Castel Ivano	2.843	2.797	2.985	3.237	3.301	+16,1%
Castello Tesino	1.864	1.587	1.469	1.381	1.211	-35,0%
Castelnuovo	893	836	885	976	1.042	+16,7%
Cinte Tesino	565	485	424	375	370	-34,5%
Folgaria	3.292	3.033	3.138	3.144	3.191	-3,1%
Grigno	2.590	2.397	2.329	2.329	2.221	-14,2%
Imer	1.215	1.155	1.168	1.198	1.168	-3,9%
Lavarone	1.192	1.129	1.092	1.123	1.138	-4,5%
Levico Terme	5.594	5.531	6.041	6.973	7.915	+41,5%
Luserna-Lusérn	517	427	356	302	276	-46,6%
Mezzano	1.601	1.599	1.635	1.653	1.615	+0,9%
Novaledo	732	800	840	917	1.076	+47,0%
Ospedaletto	777	750	815	809	815	+4,9%
Pergine Valsugana	13.039	14.235	15.782	18.841	21.280	+63,2%
Pieve Tesino	949	817	793	730	667	-29,7%
Primiero San Martino di Castrozza	4.730	4.817	5.081	5.368	5.407	+14,3%
Roncegno Terme	2.392	2.290	2.424	2.674	2.879	+20,4%
Ronchi Valsugana	409	353	389	395	434	+6,1%
Samone	411	439	489	526	547	+33,1%
Scurelle	1.217	1.237	1.255	1.335	1.425	+17,1%
Telve	1.801	1.708	1.798	1.886	2.019	+12,1%
Telva di Sopra	631	611	617	631	589	-6,7%
Tenna	615	665	797	969	993	+61,5%
Torcegno	710	636	642	702	697	-1,8%
Vignola-Falesina	240	140	116	133	162	-32,5%
Ziano di Fiemme	1.268	1.345	1.403	1.626	1.718	+35,5%
<b>Totale BIM del Brenta</b>	<b>66.426</b>	<b>66.525</b>	<b>70.760</b>	<b>78.335</b>	<b>83.530</b>	<b>+25,7%</b>

*Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISTAT*

Osservando come la popolazione è cambiata negli ultimi quarant'anni, si nota la tendenza allo spopolamento mostrata dai comuni del Tesino, della zona orientale della Bassa Valsugana e degli Altipiani Cimbri. La mappa seguente mostra anche come esista una propensione alla crescita demografica della zona Laghi e Vigolana (probabilmente dovuta alla vicinanza al capoluogo), insieme al comune di Ziano di Fiemme.

*Andamento della popolazione (1976-2016)*



Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISTAT

## 2.3 - INQUADRAMENTO TURISTICO

La qualità dell'offerta turistica e la composizione della domanda sono diretta conseguenza della capacità di coordinamento e di messa in rete di tutte le aziende che, direttamente e indirettamente, sono in grado di proporre al turista "pacchetti" e alternative adeguate alle sue esigenze e ad ampliare, col tempo, il bacino di utenza dei fruitori. I dati riportati rappresentano uno sguardo d'insieme sul comparto turistico nell'area del BIM del Brenta.

### 2.3.1 - L'OFFERTA TURISTICA

Guardare alla composizione dell'offerta turistica, in generale, significa fare riferimento al numero delle strutture ricettive presenti sul territorio (alberghiere, strutture complementari, alloggi privati e seconde case) ed alla conseguente disponibilità di posti letto. I dati mostrati dalla tabella seguente, suddivisi per i 33 comuni, mettono in evidenza la diversa densità di infrastrutturazione turistica del territorio.

Distribuzione delle strutture ricettive e numero di posti letto per comune (2015)

Comune	Alberghiero		Complementare		Extra-alberghiero	
	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto
Altopiano della Vigolana	10	398	8	160	592	2.245
Bieno	1	25	4	74	367	1.520
Borgo Valsugana	0	0	14	422	205	1.033
Calceranica al Lago	4	125	11	3.658	289	1.225
Caldonazzo	6	253	5	1.391	343	1.124
Canal San Bovo	6	148	4	71	744	3.123
Carzano	0	0	3	22	8	48
Castel Ivano	2	89	5	68	202	737
Castello Tesino	6	186	7	491	579	2.744
Castelnuovo	0	0	3	46	13	72
Cinte Tesino	0	0	1	12	203	1.179
Folgaria	48	3.185	19	1.143	2.934	15.392
Grigno	3	72	2	70	92	333
Imer	4	136	5	446	261	1.144
Lavarone	22	989	8	820	1.662	8.218
Levico Terme	42	3.498	21	4.652	906	3.503
Luserna-Lusérn	1	27	2	38	78	240
Mezzano	4	161	6	158	307	1.341
Novaledo	0	0	0	0	16	65
Ospedaletto	0	0	1	4	25	73
Pergine Valsugana	17	671	14	1.262	279	954
Pieve Tesino	1	16	21	1.624	454	2.399
Primiero San Martino di Castrozza	75	5.094	32	2.076	3.006	13.266
Roncegno Terme	8	537	10	265	289	1.096
Ronchi Valsugana	0	0	1	7	76	304
Samone	1	25	0	0	56	278
Scurelle	1	20	6	134	70	287
Telva	1	25	6	111	234	1.150
Telva di Sopra	0	0	0	0	50	205
Tenna	3	153	0	0	196	938
Torcegno	1	46	3	279	112	426
Vignola-Falesina	2	84	1	4	128	403
Ziano di Fiemme	8	568	7	56	635	2.930
<b>Totale BIM del Brenta</b>	<b>277</b>	<b>16.531</b>	<b>230</b>	<b>19.564</b>	<b>15.411</b>	<b>69.995</b>

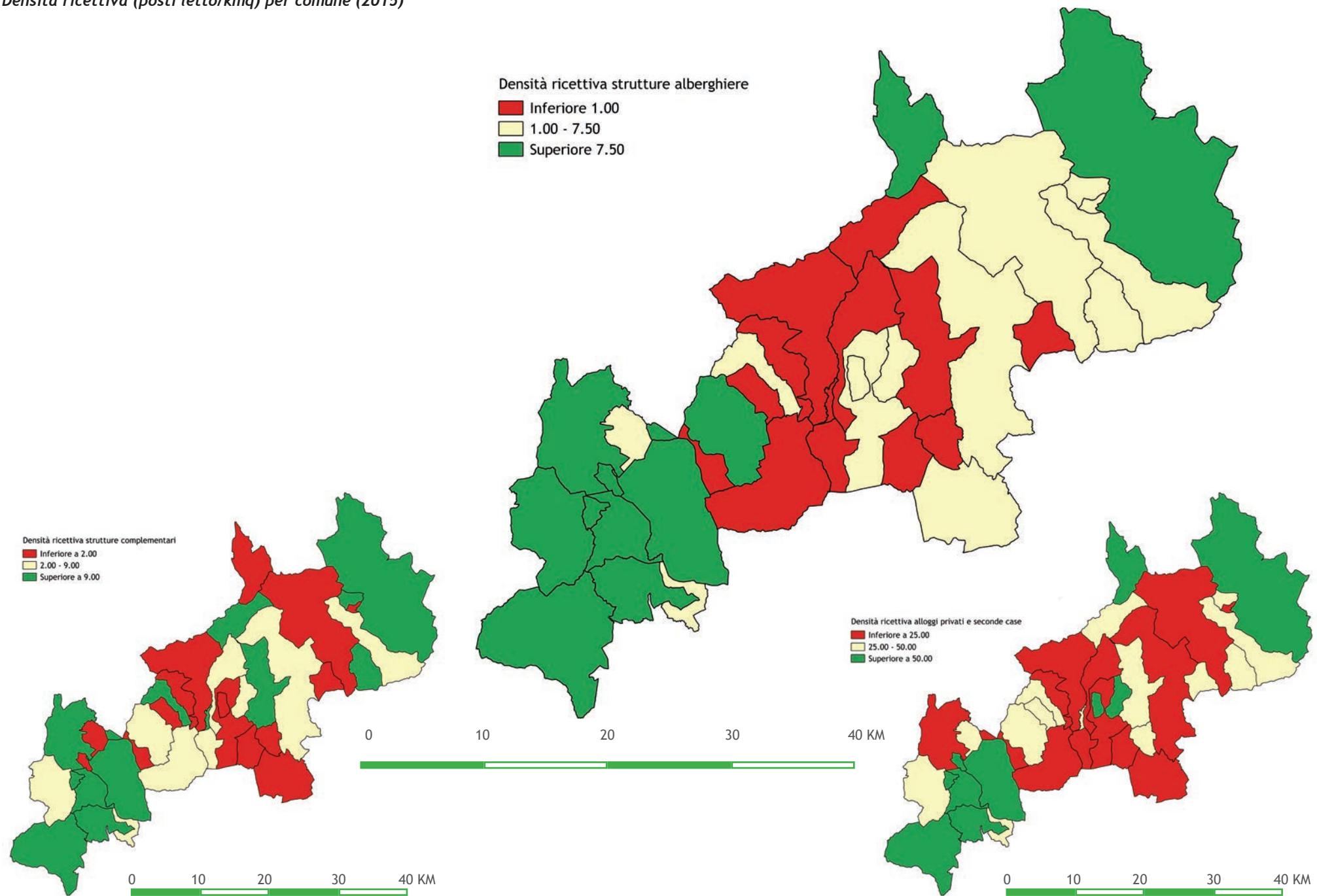
Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT



Foto: Val Campelle Scurelle. Ph Story Travelers. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi- Terme - Laghi

Guardando al numero delle strutture ricettive disponibili sul territorio si notano tre poli di attrazione che si alternano sul podio: Folgaria-Lavarone per le strutture alberghiere (Altipiani Cimbri), Primiero San Martino di Castrozza per le seconde case (Primiero) e Levico Terme-Pergine Valsugana con riferimento agli alloggi privati (Alta Valsugana e Bernstol). Situazione differente per quanto riguarda le altre strutture complementari dove Pieve Tesino, Levico Terme e Folgaria si spartiscono le prime posizioni per quanto riguarda il numero delle strutture presenti. Se si guarda al numero dei posti letto disponibili, invece, la gerarchia cambia e troviamo ai primi posti Levico Terme, Calceranica al Lago e Pieve Tesino (il dato è determinato principalmente dalla presenza dei campeggi). Per coerenza di analisi con il paragrafo 2.3.3, si è deciso di riportare anche i dati suddivisi per Ambito Turistico con riferimento alle diverse tipologie di strutture ricettive che compongono le due categorie analizzate: alberghiera e complementare.

Densità ricettiva (posti letto/kmq) per comune (2015)



Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

Per quanto riguarda la distribuzione per Ambito Turistico delle strutture alberghiere, si nota come queste siano abbastanza equilibrate tra le tre aree analizzate: circa 25% negli Altipiani Cimbri, il restante 75% diviso tra Valsugana-Tesino e Primiero. Si tratta di alberghi di qualità medio-alta in quanto le tipologie maggiormente rappresentate sono i “tre stelle” ed i “quattro stelle”. Queste strutture si rivolgono, quindi, ad un segmento di visitatori che sceglie la propria meta anche sulla base della qualità dei servizi offerti dal luogo che li ospita.

La distribuzione delle strutture ricettive complementari è, invece, fortemente sbilanciata a favore dell'Ambito Turistico Valsugana-Tesino; il motivo principale è la presenza di un elevato numero di campeggi e case per ferie (in particolare a Calceranica al Lago, Caldronazzo, Levico Terme, Pergine Valsugana e Pieve Tesino).

*Distribuzione strutture alberghiere e posti letto per Ambito Turistico (2015)*

Ambito Turistico	1 stella		2 stelle		3 stelle		4 stelle		5 stelle		Totale	
	N.	PL	N.	PL	N.	PL	N.	PL	N.	PL	N.	PL
San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi	5	131	13	445	58	4.001	14	1.005	-	-	90	5.582
Valsugana - Tesino	15	383	24	737	56	4.132	4	573	-	-	99	5.825
Altipiani di Folgoria, Lavarone e Luserna	3	176	12	394	52	3.197	4	434	-	-	71	4.201

Ambito Turistico	Affittacam.B&B		Campeggi		Strutture alpinistiche		Colonie Case Ferie		Agritur		Altre strutture	
	N.	PL	N.	PL	N.	PL	N.	PL	N.	PL	N.	PL
San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi	21	563	3	1.207	10	432	10	603	5	70	1	21
Valsugana - Tesino	49	471	17	11.347	9	228	39	2.161	23	313	2	76
Altipiani di Folgoria, Lavarone e Luserna	10	382	3	926	2	36	10	603	4	54	-	-

Ambito Turistico	Strutture complem.		Alloggi privati		Seconde case		Totale	
	N.	PL	N.	PL	N.	PL	N.	PL
San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi	50	2.896	1.528	6.926	2.881	12.348	4.459	22.170
Valsugana - Tesino	139	14.596	1.657	7.398	3.535	14.698	5.331	36.692
Altipiani di Folgoria, Lavarone e Luserna	29	2.001	1.838	9.680	2.836	14.170	4.703	25.851

Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

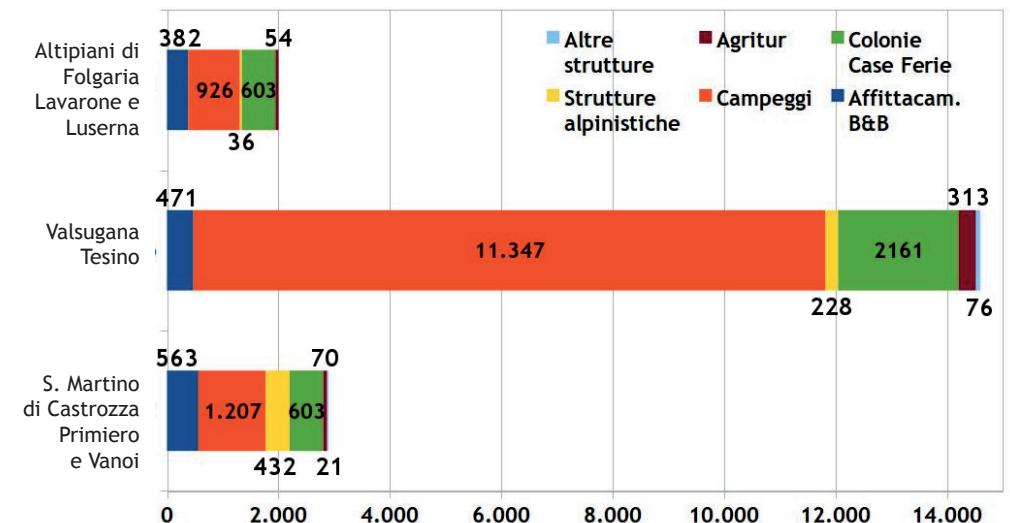
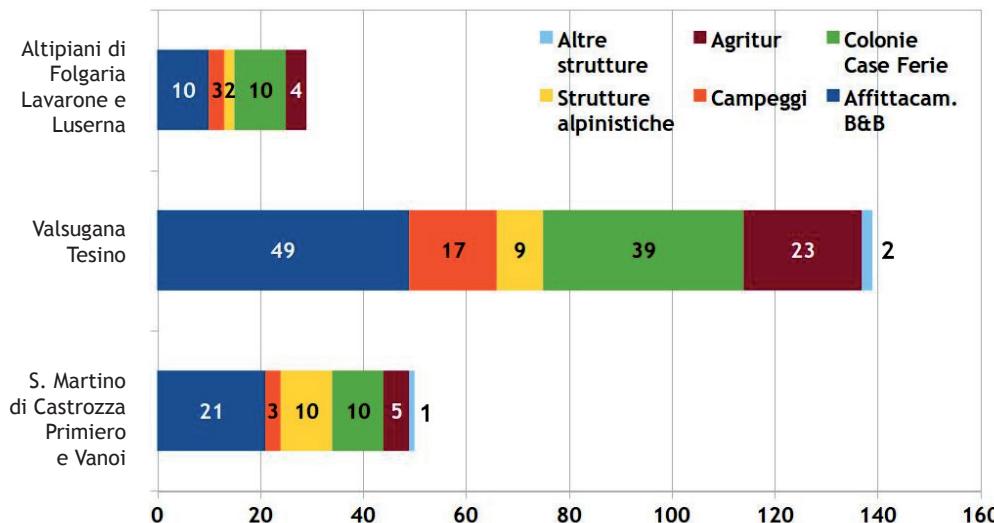
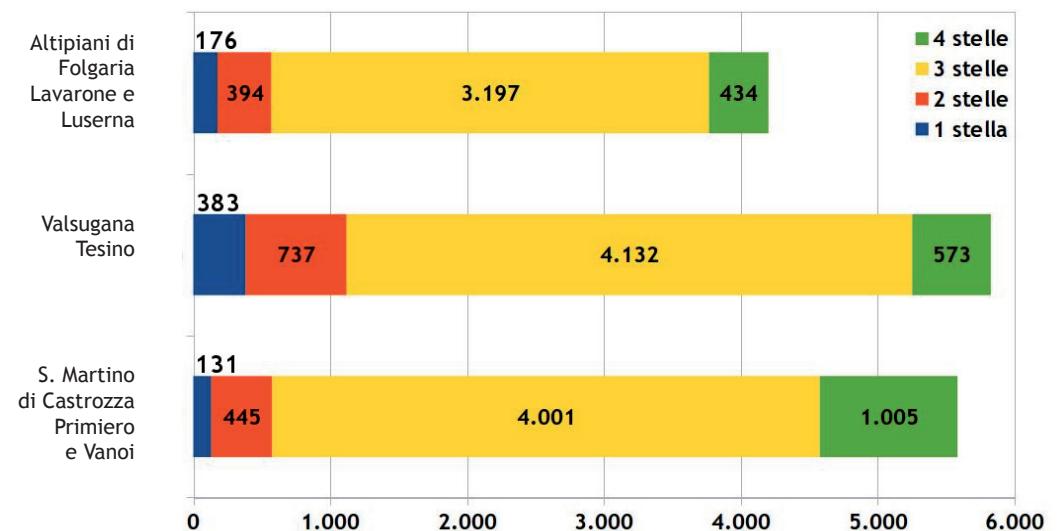
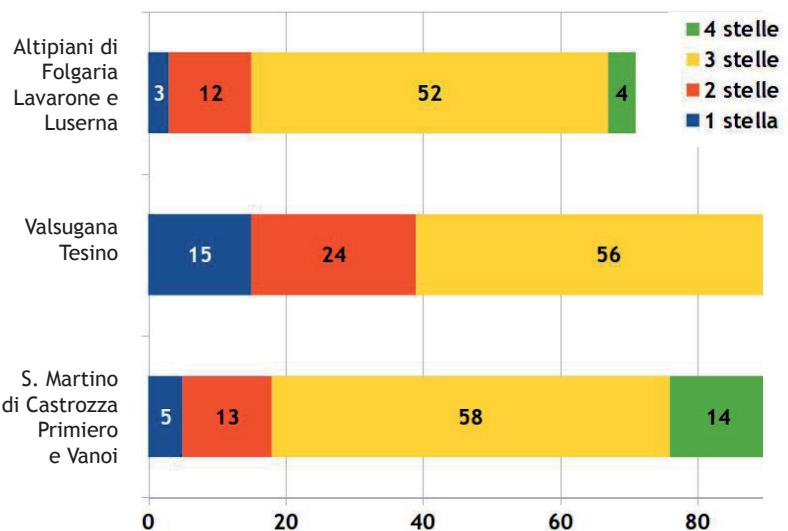
Analizzando i dati riportati è, infine, possibile avanzare alcune affermazioni sull'offerta turistica delle quattro Comunità di Valle che formano gli Ambiti Turistici analizzati:

- **Primiero:** l'offerta turistica è composta per i due-terzi da strutture alberghiere sia in termini di strutture, che guardando ai posti letto.

• **Valsugana e Tesino:** si tratta della Comunità meno turistica tra quelle analizzate (in termini assoluti i numeri sono simili a quelli degli Altipiani Cimbri, ma il rapporto strutture per comune è notevolmente inferiore). In ogni caso l'offerta disponibile è focalizzata principalmente sulle strutture complementari.

• **Alta Valsugana e Bernstol:** si tratta di una Comunità con una buona offerta turistica, in particolare, guardando al numero dei posti letto di-

### Strutture alberghiere e complementari per tipologia (2015)



Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

sponibili il peso è molto concentrato a favore delle strutture complementari (grazie ai campeggi di Levico Terme, Calceranica al Lago, Pergine Valsugana e Caldronazzo).

- **Altipiani Cimbri:** presenta una offerta turistica simile a quella del Primiero, coperta per circa i due terzi dalle strutture alberghiere.

### 2.3.2 - IL FENOMENO AIRBNB

Con riferimento all'offerta di alloggi privati sul territorio è impossibile non fare riferimento al cosiddetto "fenomeno Airbnb", ovvero alla proposta di un turismo alternativo che si basa sulla ricerca di autenticità, di incontro ed effettivo scambio con le persone del posto.

Airbnb è, infatti, una piattaforma web che consente a chiunque di condividere uno spazio inutilizzato all'interno di una sua proprietà mettendolo in affitto per un periodo di tempo limitato. In pratica si tratta di un community marketplace (mercato della comunità, ovvero un luogo dove domanda ed offerta di soggetti attivi all'interno di uno stesso gruppo di interesse si incontrano personalmente) per la ricerca e l'affitto di spazi abitativi dove, con pochi click e attraverso una semplice interfaccia, Airbnb mette in contatto persone da tutto il mondo che cercano un posto per dormire con persone della zona che hanno uno spazio extra da affittare. Ciò che differenzia questo modello turistica dall'ospitalità tradizionale è proprio la possibilità di "vivere" i luoghi che si visitano creando veri e propri legami tra host e guest.

La community può essere quindi definita come la "spina dorsale" di Airbnb, essendo caratterizzata da un altissimo livello di fiducia tra i suoi utenti. Ad esempio, nel momento in cui si cerca un posto letto - oltre a scegliere qualità dell'alloggio, periodo, prezzo, ... - è possibile valutare anche il feedback di chi ha già alloggiato in quella casa e decide di raccomandarla. Oltre a ciò è possibile anche verificare l'identità del guest attraverso il suo profilo Facebook, le referenze o le recensioni pubblicate su di lui/lei dai membri della community. La stessa cosa vale, ovviamente, al contrario; il soggetto ospitante

ha infatti il diritto di rifiutare una richiesta di prenotazione sulla base della "reputazione" del possibile futuro inquilino.

Grazie ai dati messi a disposizione da "The Inside Airbnb project" per il Trentino Alto Adige (aggiornati ad ottobre 2015), sono state estrapolate le informazioni relative al territorio del BIM del Brenta in modo da rappresentare il peso di questo fenomeno nell'area. La mappa seguente mostra la collocazione degli alloggi sul territorio e l'offerta di posti letto a livello comunale (il colore verde identifica un comune con un'offerta di oltre 30 posti letto legati ad Airbnb, il giallo un'offerta tra 5 e 30 posti letto, il rosso un comune con meno di 5 posti letto offerti).

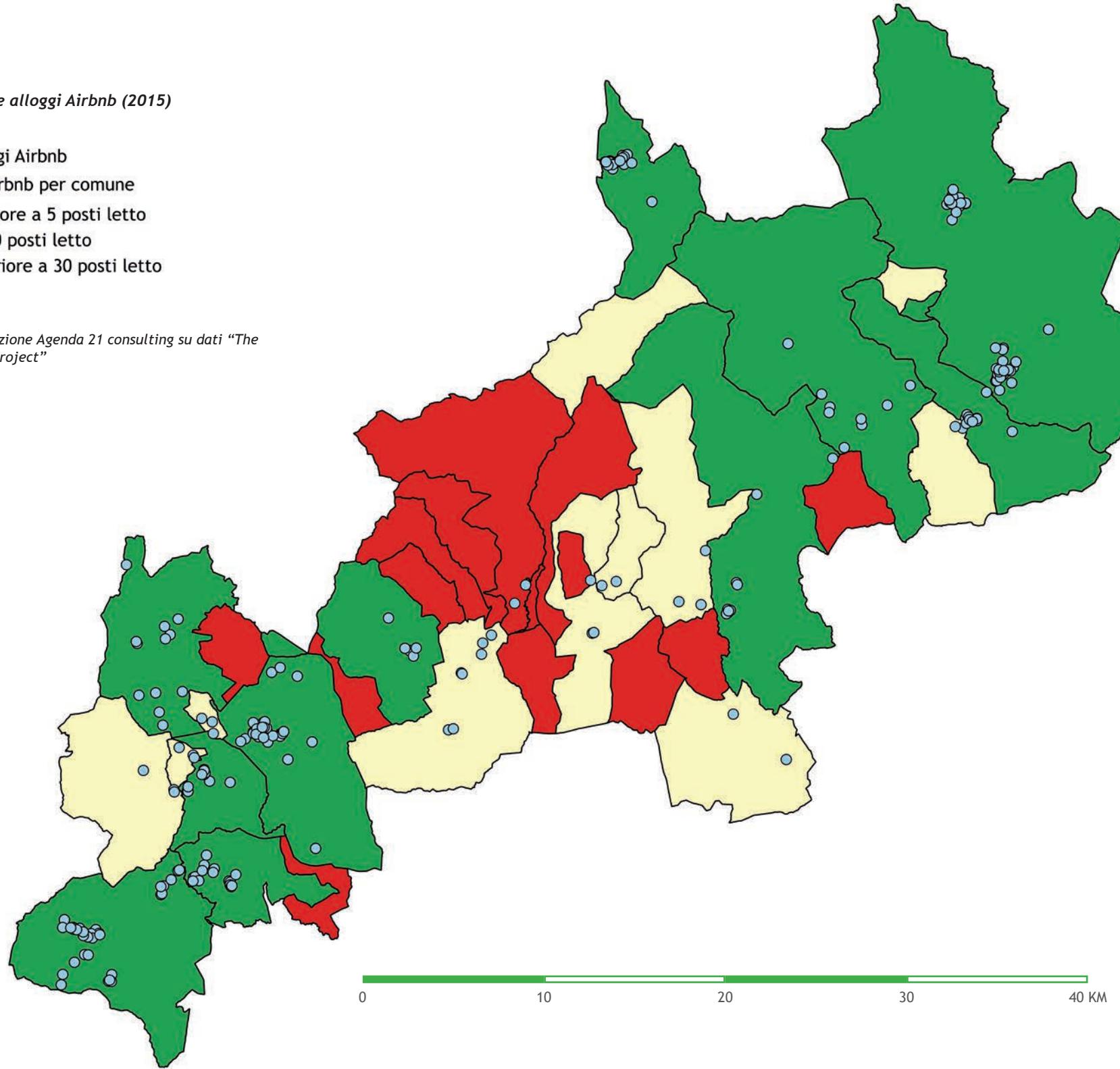


Foto: Baita Segantini a Passo Rolle. Ph Silvano Angelani APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

### Distribuzione alloggi Airbnb (2015)

- Alloggi Airbnb
- Offerta Airbnb per comune
- Inferiore a 5 posti letto
- 5 - 30 posti letto
- Superiore a 30 posti letto

Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati "The Inside Airbnb project"



Si nota come la collocazione degli alloggi segua la localizzazione delle principali arterie di comunicazione che percorrono il territorio del BIM del Brenta e si concentri prevalentemente nei paesi turistici come San Martino di Castrozza, Fiera di Primiero, Ziano di Fiemme, Levico Terme, Caldonazzo, Folgaria e Lavarone.

La zona meno interessata da questo fenomeno appare quella della Bassa Valsugana e Tesino, in particolare nella sua fascia di media montagna (versante meridionale della Catena del Lagorai).

### 2.3.3 - LA DOMANDA TURISTICA

La domanda turistica di una determinata località viene costantemente monitorata attraverso la registrazione di arrivi e presenze di visitatori. In particolare, le presenze misurano il numero di notti trascorse presso una determinata struttura ricettiva e, in un certo senso, esprimono il peso economico, ma anche sociale, del fenomeno turistico, mentre gli arrivi sono una misura del livello di attrattività del territorio.

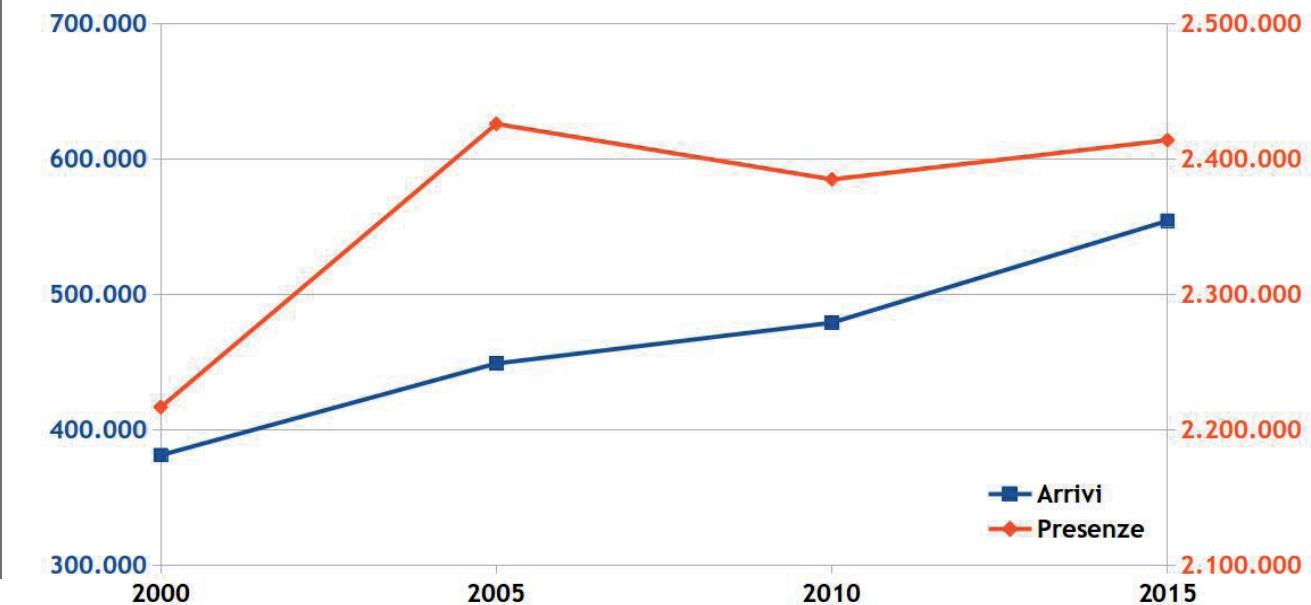
La tabella seguente mostra gli arrivi e le presenze divise tra alberghiere ed in strutture complementari, i dati sono presentati per Ambito Turistico.

Guardando ai tre Ambiti Turistici interessati dall'analisi, è possibile affermare che in tutti i territori, salvo che in Valsugana e Tesino, gli arrivi e presenze generati dalle strutture alberghiere sono superiori a quelli derivanti dalle strutture complementari. I sotto-paragrafi successivi riportano uno specifico approfondimento per ogni Ambito.

*Arrivi e Presenze per Ambito Turistico (2000-2015)*

Ambito Turistico	Movimento Turistico	2000	2005	2010	2015
San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi	Strutture alberghiere	Arrivi	107.233	127.051	130.268
	Strutture complementari	Presenze	593.915	668.594	632.799
	Totale	Arrivi	23.966	29.771	32.665
		Presenze	108.438	140.639	141.691
	Strutture alberghiere	Arrivi	131.199	156.822	162.933
	Strutture complementari	Presenze	702.353	809.233	774.490
Valsugana - Tesino	Totale	Arrivi	110.715	125.757	125.575
	Strutture alberghiere	Presenze	566.484	552.689	501.894
	Strutture complementari	Arrivi	58.859	65.761	83.590
	Totale	Presenze	507.882	556.091	600.939
	Strutture alberghiere	Arrivi	169.574	191.518	209.165
	Strutture complementari	Presenze	1.074.366	1.108.780	1.102.833
Altipiani di Folgaria, Lavarone e Luserna	Totale	Arrivi	73.350	86.349	92.877
	Strutture alberghiere	Presenze	398.155	428.841	430.861
	Strutture complementari	Arrivi	7.058	14.233	14.062
	Totale	Presenze	41.743	79.077	76.781
	Strutture alberghiere	Arrivi	80.408	100.582	106.939
	Strutture complementari	Presenze	439.898	507.918	507.642

Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

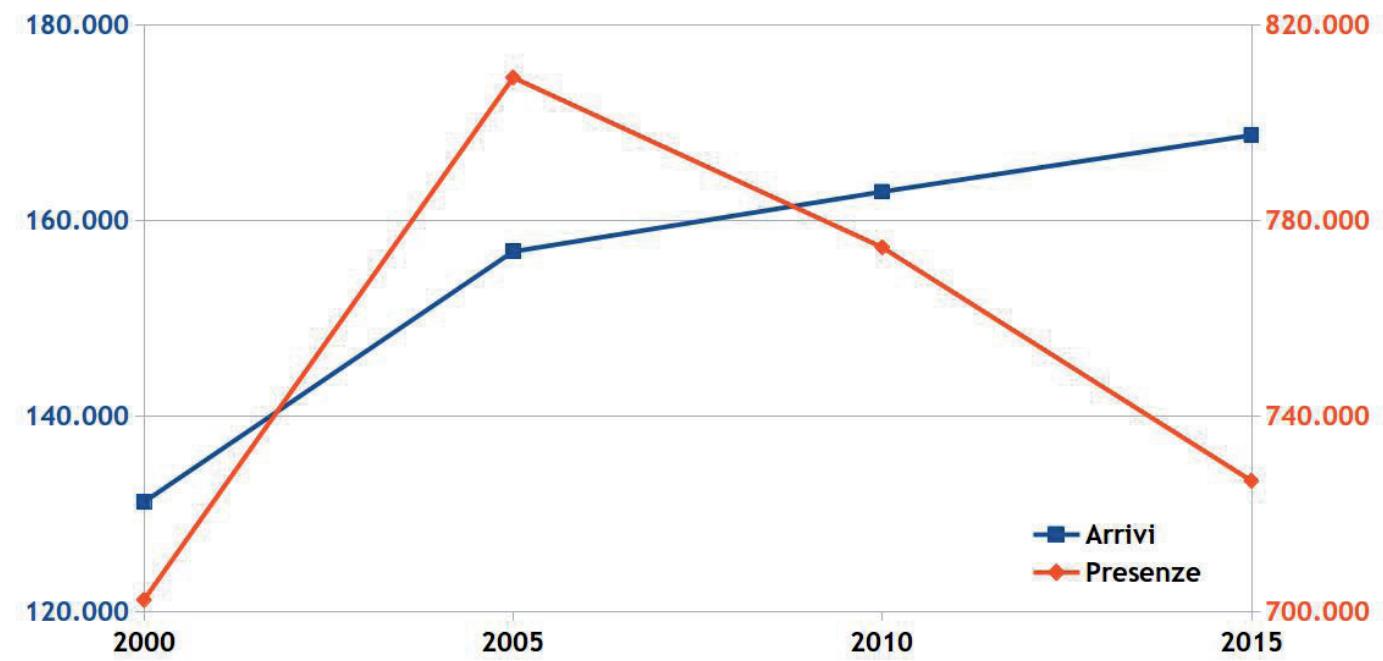


## SAN MARTINO DI CASTROZZA PRIMIERO E VANOI

Per quanto riguarda il movimento turistico, l'Ambito "San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi" mostra un andamento tendenzialmente crescente nel lungo periodo. In particolare, il territorio continua ad attrarre un numero sempre maggiore di turisti, mentre il peso economico del turismo appare in calo dal 2005: la permanenza media sul territorio continua a diminuire, così come le notti totali trascorse nell'Ambito Turistico.

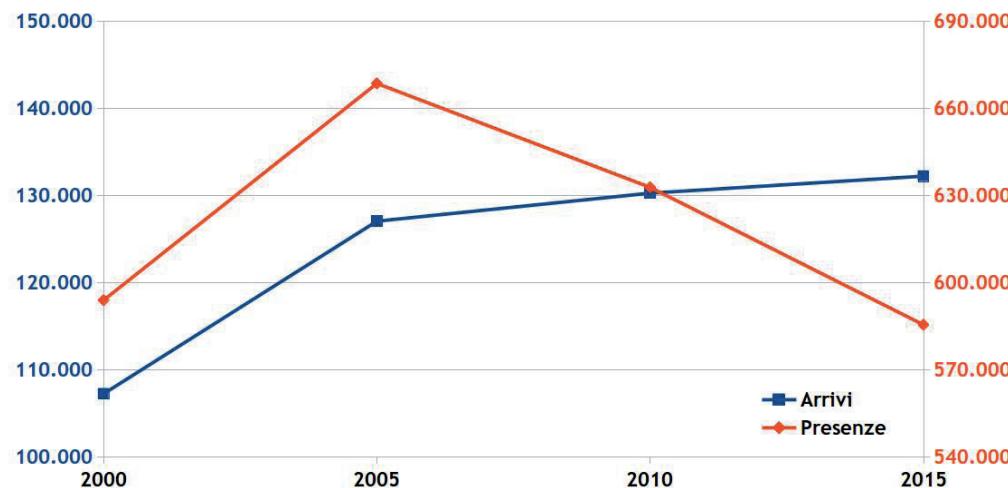
Il calo delle presenze è dovuto esclusivamente al movimento generato dalle strutture alberghiere infatti, per quanto riguarda le strutture complementari, le notti trascorse sul territorio sono rimaste costanti.

### Movimento turistico totale

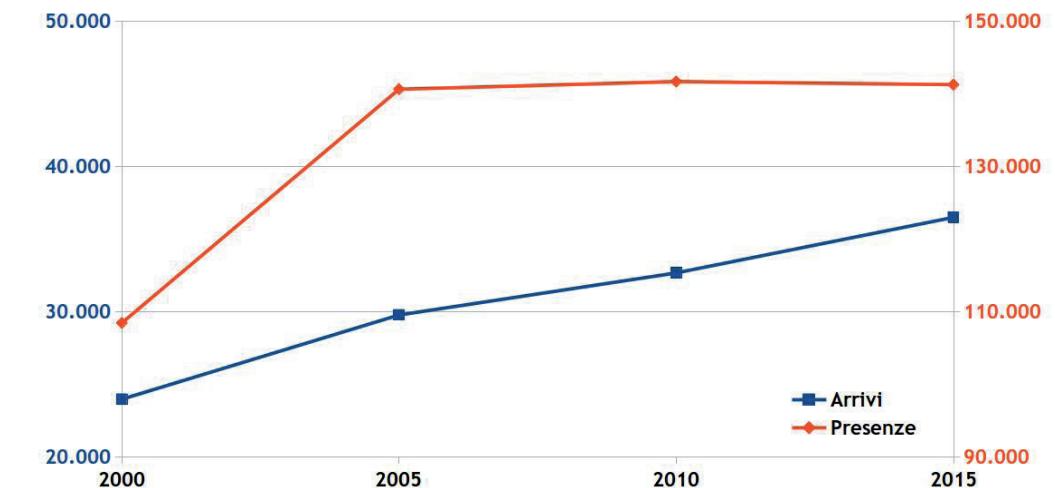


Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

### Movimento turistico alberghiero



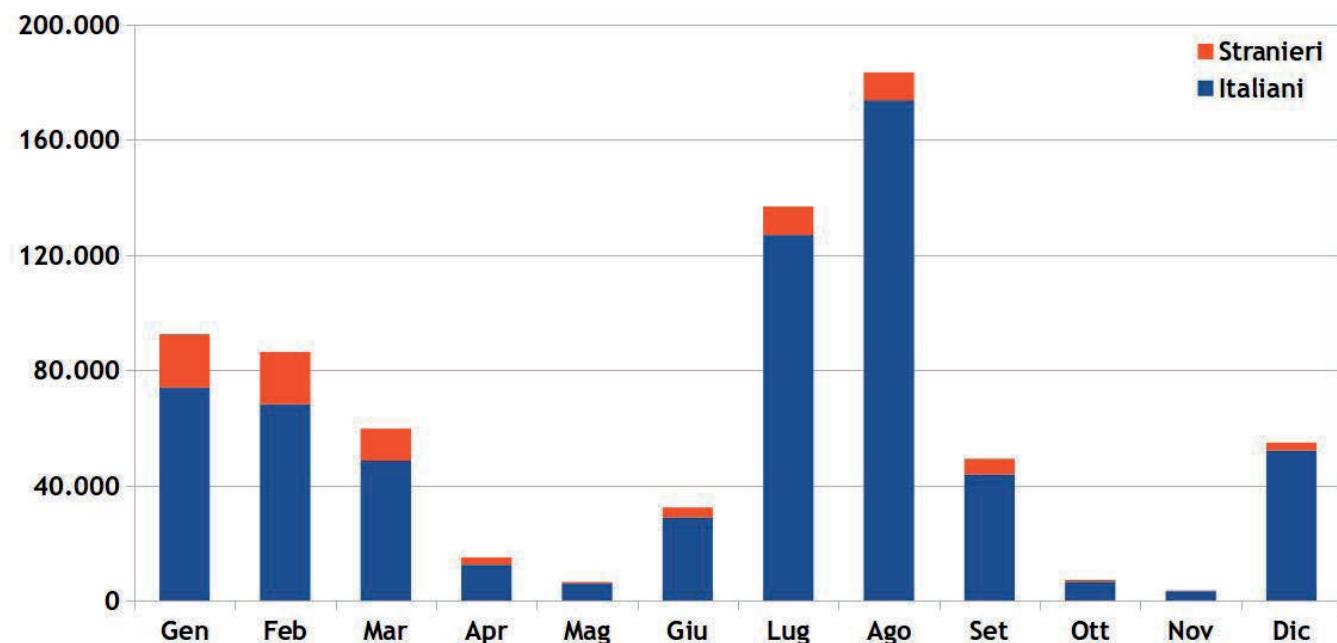
### Movimento turistico complementare



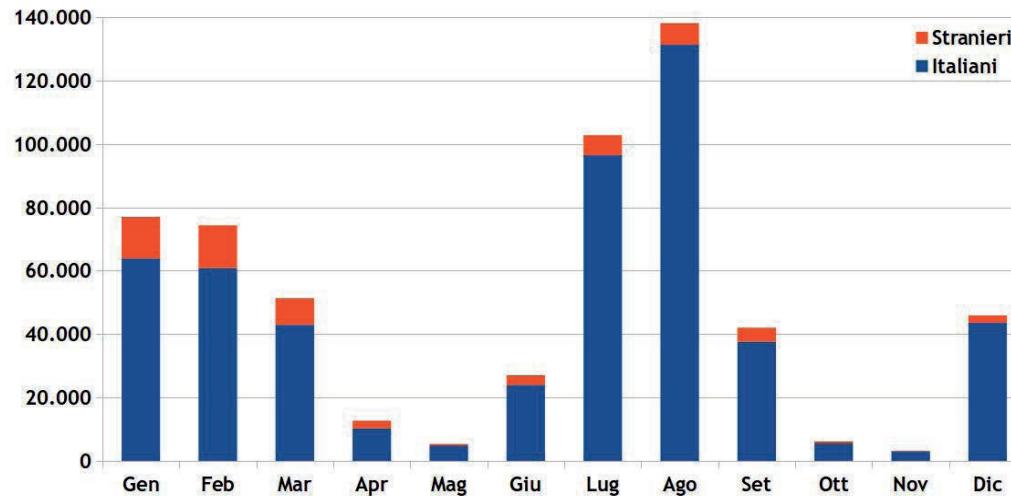
I turisti che scelgono l'Ambito "San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi" come meta per le proprie vacanze preferiscono la ricettività classica, infatti le presenze nelle strutture alberghiere pesano per l'80,6% del totale. I visitatori provengono prevalentemente dall'Italia, con un indice di internazionalizzazione che raggiunge solamente l'11,4% (10,5% nelle strutture alberghiere e 15,2% in quelle complementari).

Guardando alla stagionalità delle presenze, infine, si nota come l'Ambito sia caratterizzato da una doppia attrattività: quella estiva concentrata nel periodo luglio-agosto e quella invernale che va da dicembre a marzo. La forma della stagionalità non varia né se si prende in considerazione la suddivisione italiani-stranieri, né per quanto riguarda la distinzione strutture alberghiere-complementari.

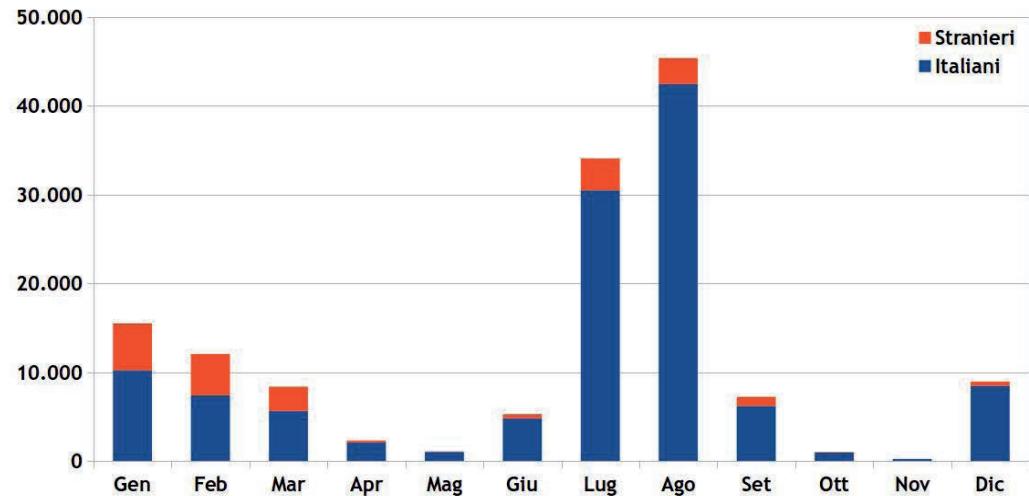
*Stagionalità totale (2015)*



*Stagionalità alberghiera (2015)*



*Stagionalità complementare(2015)*



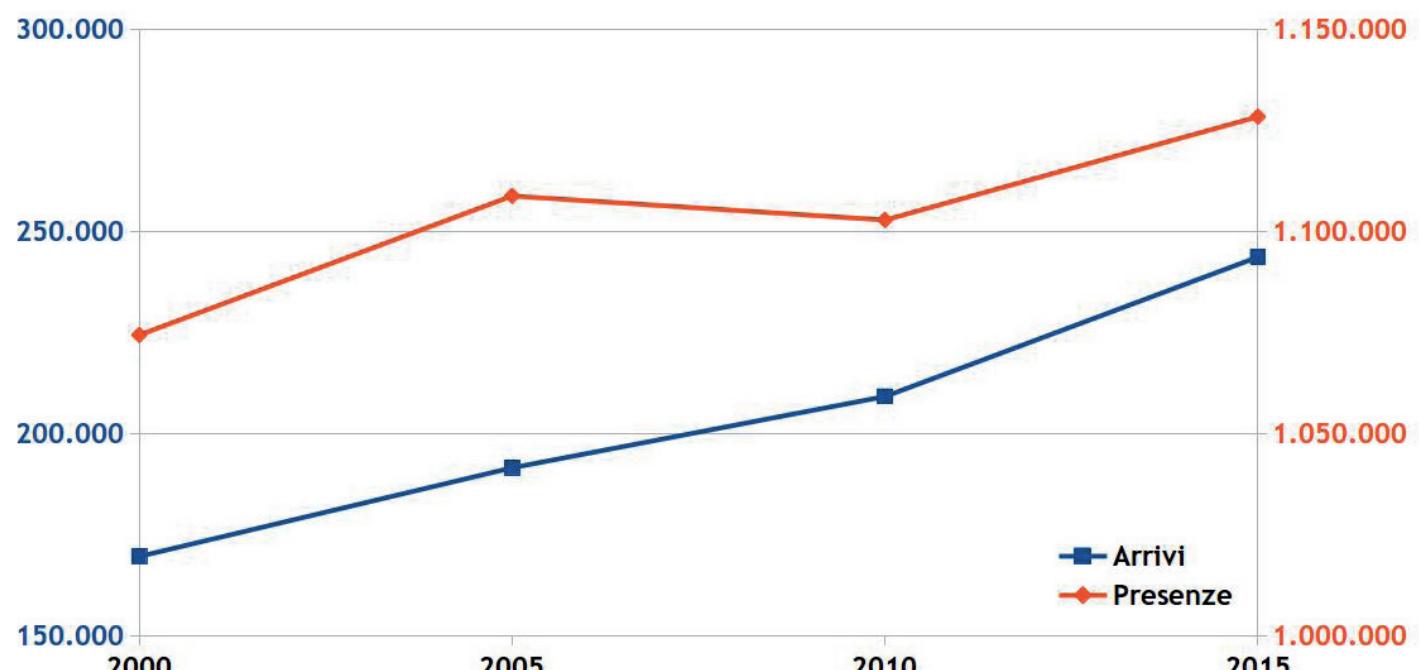
Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

## VALSUGANA E TESINO

Per quanto riguarda il movimento turistico, l'Ambito "Valsugana-Tesino" mostra un andamento tendenzialmente crescente nel lungo periodo, sia per quanto riguarda gli arrivi che le presenze. Si tratta, quindi, di un territorio che continua ad attrarre un numero sempre maggiore di turisti, sia per quanto riguarda un turismo alberghiero classico che quello complementare. Le presenze generate da questi due segmenti seguono invece un andamento opposto: le notti trascorse negli alberghi sono in costante calo, mentre quelle passate in una struttura complementare sono in aumento.

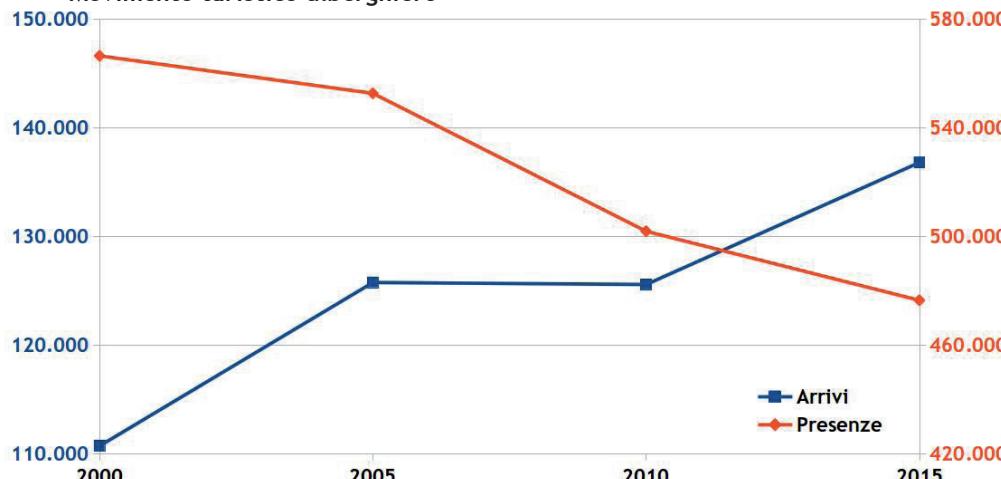
I turisti che scelgono l'Ambito "Valsugana-Tesino" come meta per le proprie vacanze preferiscono la ricettività complementare (in particolare i campeggi), infatti le presenze nelle strutture alberghiere pesano per il 42,2% del totale. I visitatori sono equamente distribuiti tra italiani e stranieri, con un indice di internazionalizzazione che raggiunge il 53,3% (37% nelle strutture alberghiere e 65,1% in quelle complementari).

### Movimento turistico totale

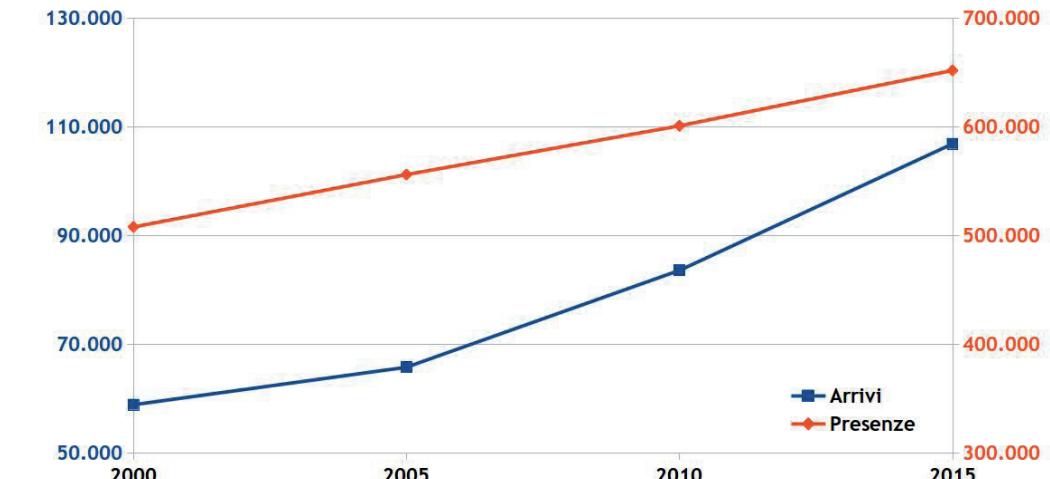


Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

### Movimento turistico alberghiero



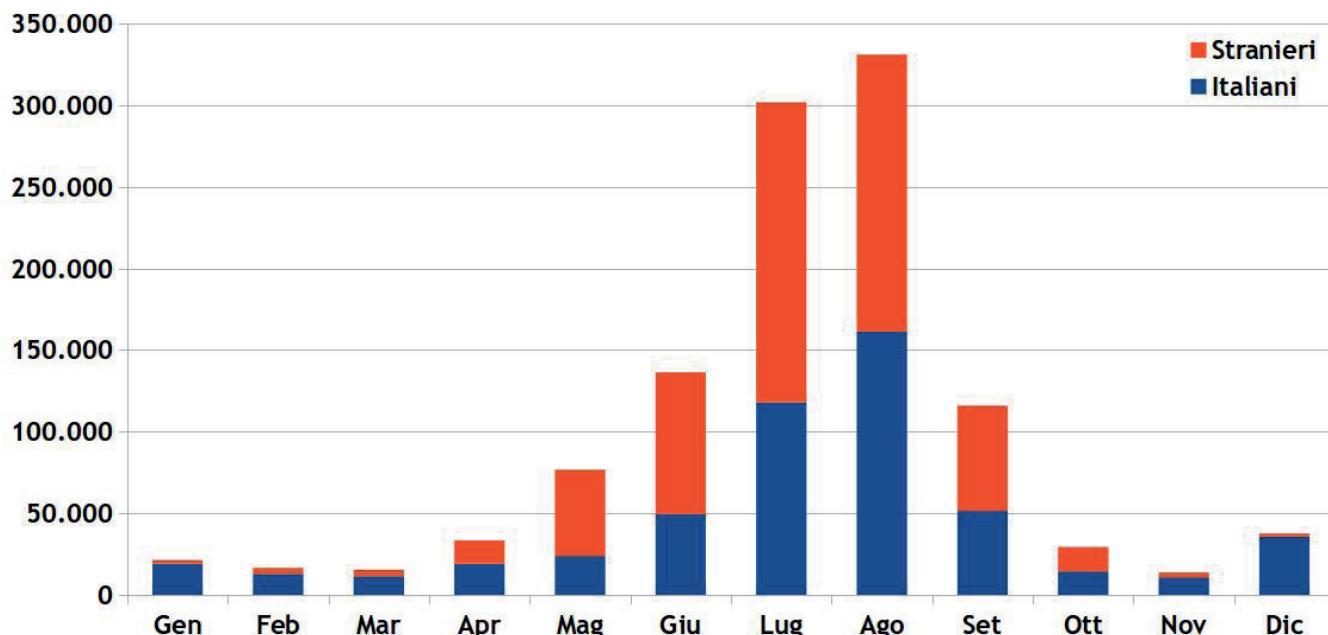
### Movimento turistico complementare



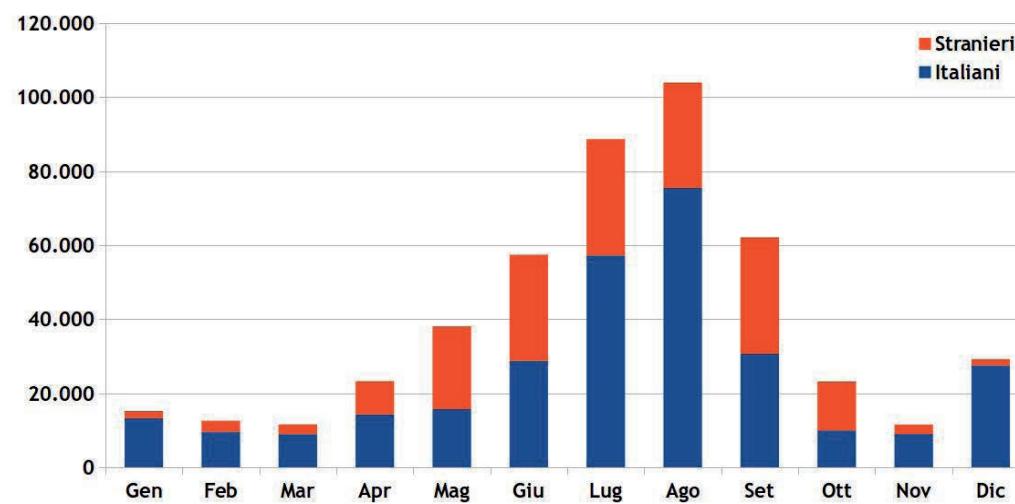
Guardando alla stagionalità delle presenze, infine, si nota come l'Ambito sia caratterizzato da una attrattività singola, quella estiva, che mostra un picco nei mesi di luglio-agosto per poi registrare valori sempre inferiori nel periodo primaverile ed in quello autunnale. Inoltre, si evidenzia un lieve "mini-picco", con presenze quasi esclusivamente italiane, nel mese di dicembre (in corrispondenza con l'offerta di eventi e mercatini legati alle festività natalizie).

Analizzando le due Comunità di Valle interessate dall'Ambito, in Valsugana e Tesino il turismo alberghiero è stazionario (con piccole diminuzioni), al contrario arrivi e presenze nelle strutture complementari si stanno rafforzando negli ultimi anni, con l'aumento di un turismo rurale più legato al territorio montano. Passando all'Alta Valsugana e Bernstol, gli arrivi per

*Stagionalità totale (2015)*

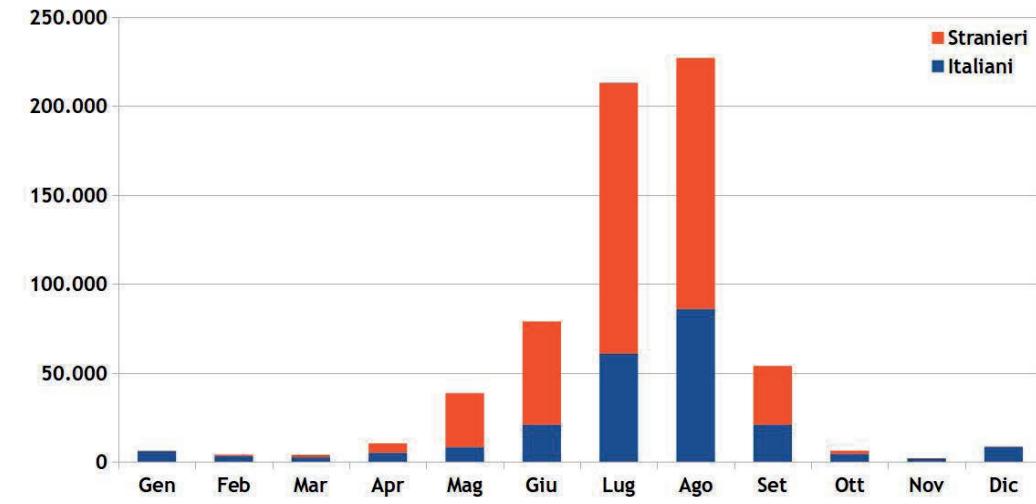


*Stagionalità alberghiera (2015)*



Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

*Stagionalità complementare (2015)*

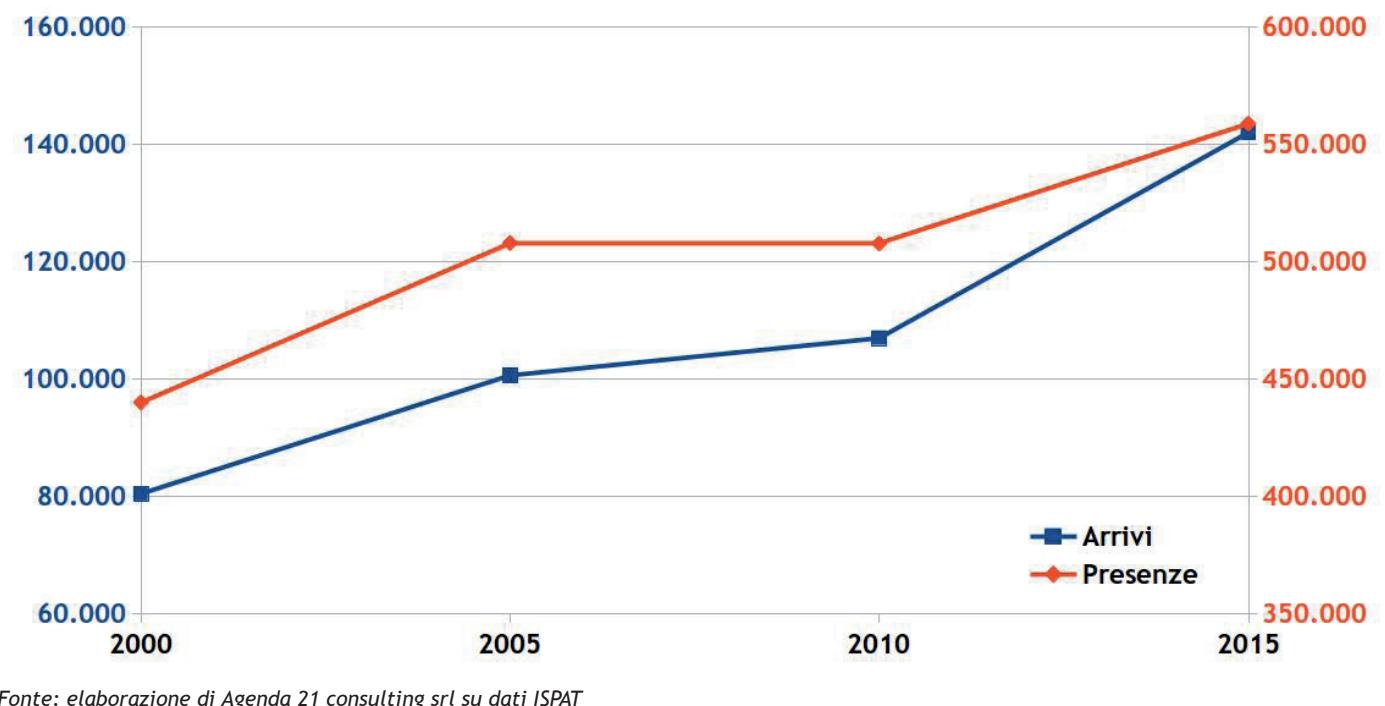


entrambe le tipologie di strutture presentano una discreta crescita nel corso del tempo, ma si nota una forte differenza guardando alle presenze. Le presenze alberghiere sono in calo dal 2000 e, dal 2010 in poi, sono state scavalcate da quelle registrate nelle strutture complementari (che fanno segnare quindi un aumento della permanenza media dei turisti).

## ALTIPIANI DI FOLGARIA, LAVARONE E LUSERNA

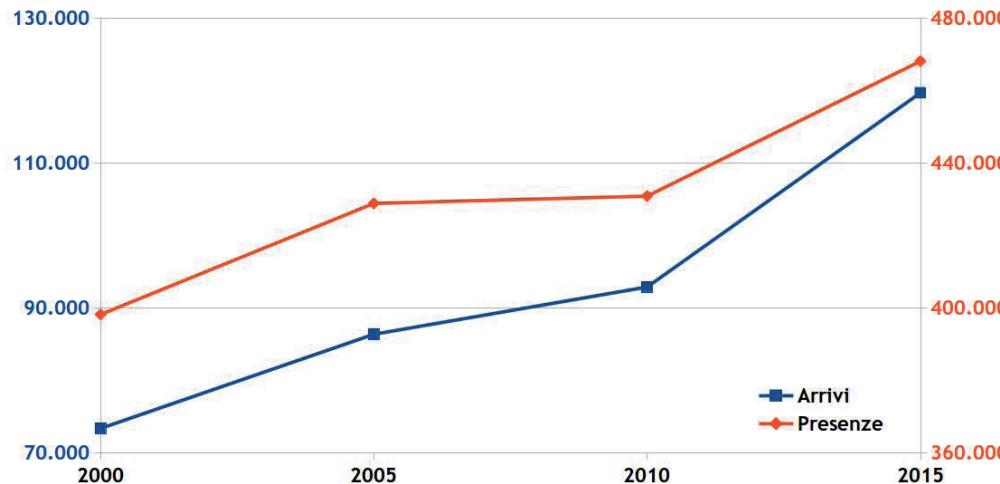
Per quanto riguarda il movimento turistico, l'Ambito "Altipiani di Folgaria, Lavarone e Luserna" mostra un andamento tendenzialmente crescente nel lungo periodo, sia per guardando all'attrattività del territorio (arrivi) che al peso economico del turismo (presenze). Inoltre, le due misure analizzate seguono un andamento similare per le strutture alberghiere e per quelle complementari.

*Movimento turistico totale*

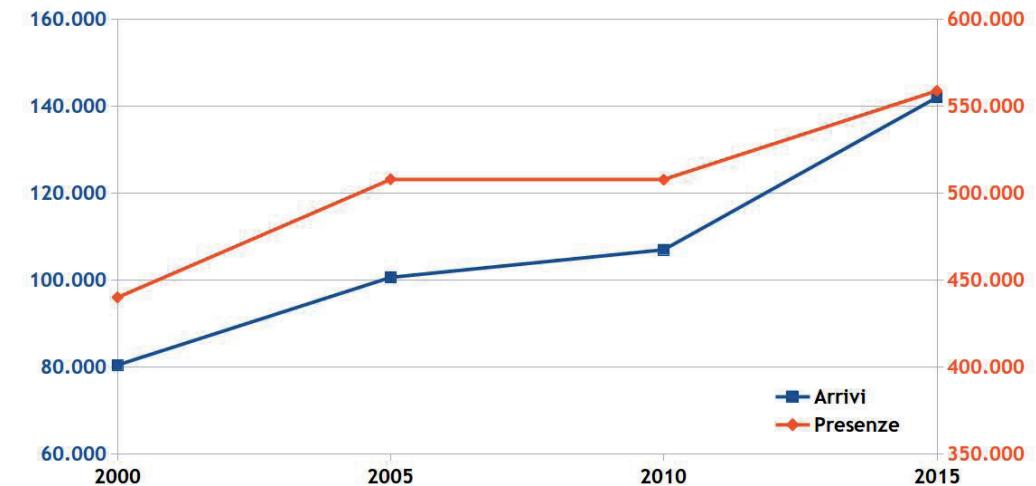


Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

*Movimento turistico alberghiero*



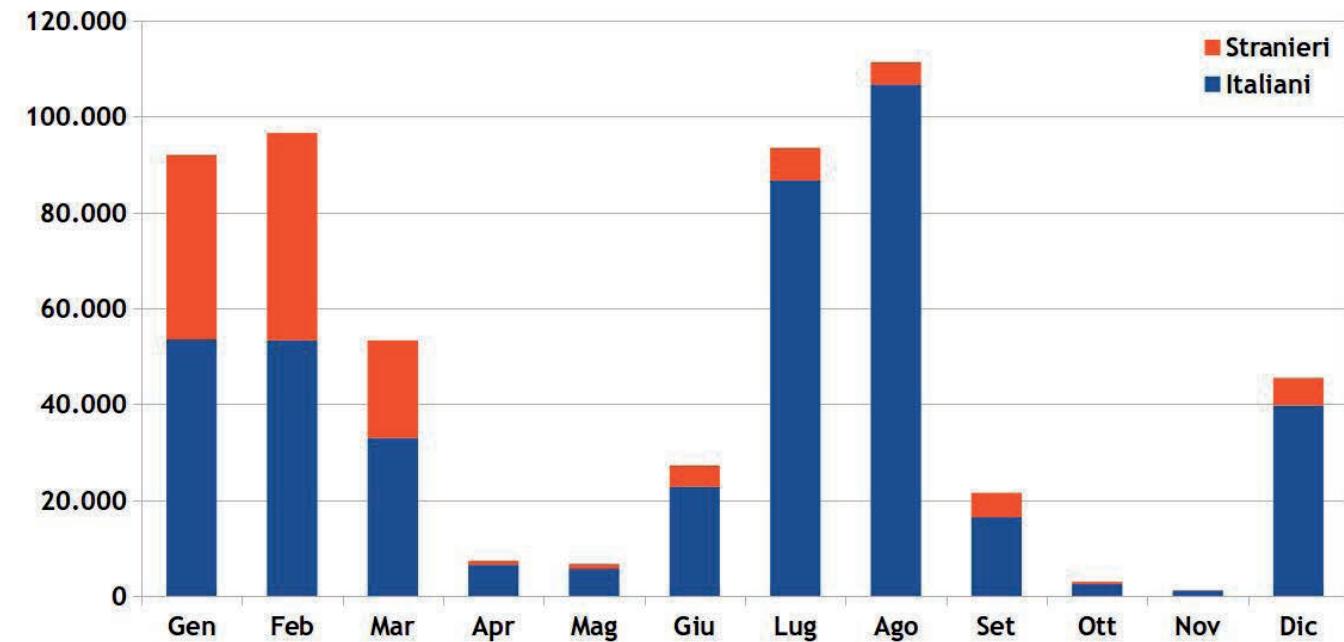
*Movimento turistico complementare*



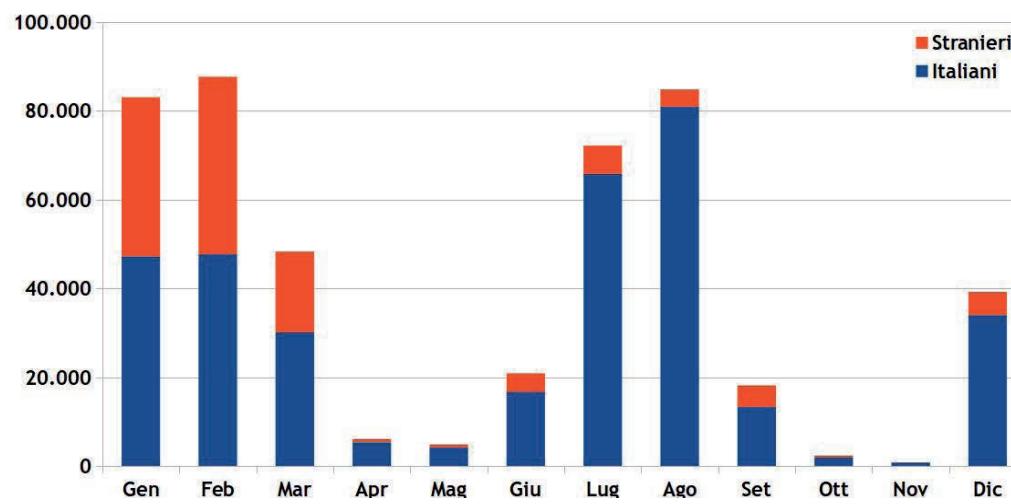
I turisti che scelgono l'Ambito "Altipiani di Folgarida, Lavarone e Luserna" come meta per le proprie vacanze preferiscono la ricettività classica, infatti le presenze nelle strutture alberghiere pesano per l'83,8% del totale. I visitatori provengono prevalentemente dall'Italia, con un indice di internazionalizzazione che raggiunge il 23,4% (25,7% nelle strutture alberghiere e 11,9% in quelle complementari).

Guardando alla stagionalità delle presenze, infine, si nota come l'Ambito sia caratterizzato da una doppia attrattività: quella estiva concentrata nel periodo luglio-agosto e quella invernale che va da dicembre a marzo. Il doppio picco appare evidente per le strutture alberghiere, dove il movimento generato nei due periodi è equivalente; mentre il picco invernale si riduce a circa un terzo di quello estivo guardando alle strutture complementari. Infine, mentre per il picco invernale la presenza straniera arriva ad una percentuale di circa il 40%, il movimento estivo è quasi esclusivamente generato da visitatori italiani.

*Stagionalità totale (2015)*

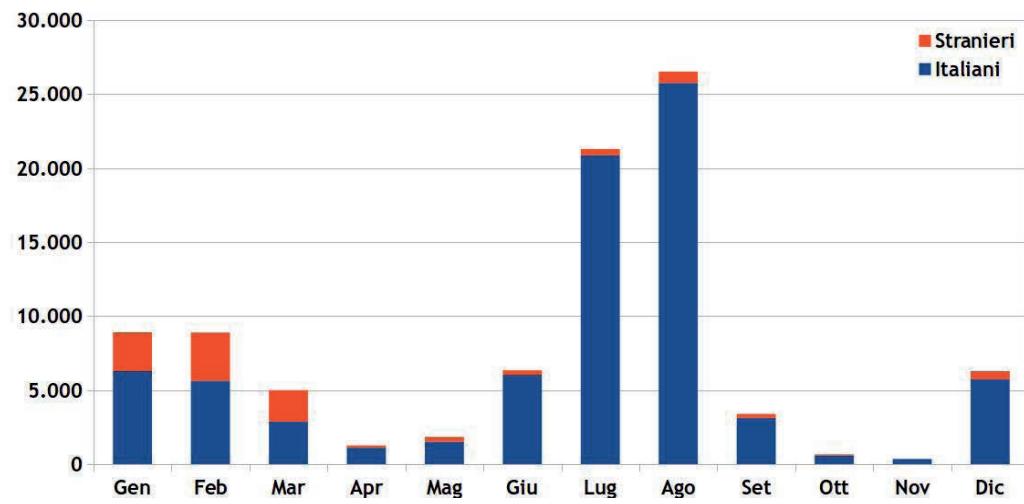


*Stagionalità alberghiera (2015)*



Fonte: elaborazione di Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT

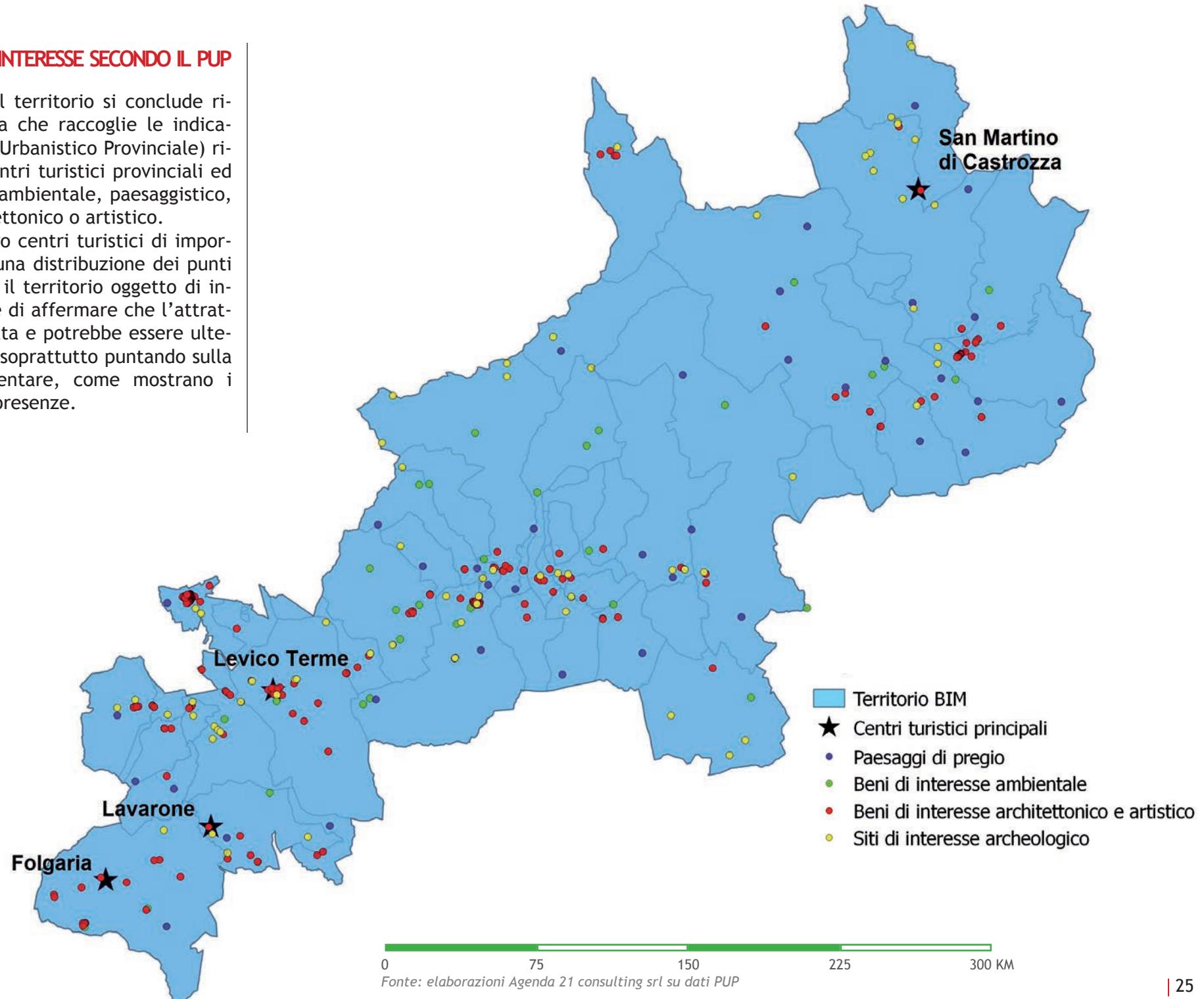
*Stagionalità complementare (2015)*



#### 2.3.4 - I LUOGHI DI INTERESSE SECONDO IL PUP

L'analisi turistica del territorio si conclude riportando una cartina che raccoglie le indicazioni del PUP (Piano Urbanistico Provinciale) riguardo i maggiori centri turistici provinciali ed i luoghi di interesse ambientale, paesaggistico, archeologico, architettonico o artistico.

Si notano ben quattro centri turistici di importanza provinciale e una distribuzione dei punti di interesse in tutto il territorio oggetto di indagine, ciò permette di affermare che l'attrattività della zona è alta e potrebbe essere ulteriormente sfruttata, soprattutto puntando sulla ricettività complementare, come mostrano i dati sugli arrivi e le presenze.



### 3- L'OSPITALITÀ DIFFUSA IN ITALIA

L'ospitalità diffusa può essere collocata, negli studi di economia del turismo, sullo scaffale del "turismo rurale". La destinazione ideale di questo segmento turistico sono le aree non urbane, il cui paesaggio varia a seconda dell'antropizzazione, della storia e della morfologia del territorio. In Italia, l'archetipo della destinazione di turismo rurale è il borgo di media montagna, di collina o la campagna punteggiata di piccoli insediamenti dall'architettura tradizionale. Seppur con diverse forme, non sempre in coerenza tra loro, il fenomeno del turismo rurale si basa su un punto di equilibrio di fondo: sviluppo di un turismo di qualità ma a basso impatto, al fine di tutelare la dimensione "altra" rispetto alla città e ai suoi ritmi frenetici.

Di pari passo all'aumento ed alla segmentazione della domanda di turismo rurale degli ultimi decenni si è sviluppata con forza la richiesta di prodotti autentici, come sinonimo di genuinità ed unicità, in contrapposizione a non-luoghi sempre più simili tra loro e replicanti lo spaesamento vissuto nelle anonime periferie urbane. Questo ha coinvolto non solo l'ambito del turismo, ma anche quello del cibo - basti pensare al successo internazionale della rete di Slow Food - della salute fisica e spirituale, della cultura dell'abitare, nel contesto di una generale propensione a stili di vita più in sintonia con i ritmi lenti, sani e in armonia con l'ambiente.

Un prodotto autentico - per definizione - non si crea, lo si ha già e non ha nulla di artefatto. Visto in questi termini, il prodotto di turismo rurale autentico è la comunità che si mette in mostra, che elimina il superfluo e soprattutto valorizza la sua storia di relazione con il paesaggio che ha contribuito a modellare insieme alla natura. In una parola: il territorio.

#### 3.1 - EVOLUZIONE DEL FENOMENO

Il paragrafo seguente riassume la nascita e lo sviluppo del concetto di ospitalità diffusa, a partire dalla sua nascita in Friuli Venezia Giulia, fino all'espansione nel resto del territorio italiano.

##### 3.1.1 - LA NASCITA ED I PRIMI ANNI

L'ospitalità diffusa, in particolar modo nella sua connotazione più conosciuta dell'albergo diffuso, vede la luce in Friuli Venezia Giulia all'inizio degli anni Ottanta, per poi svilupparsi a macchia di leopardo su tutto il territorio nazionale.

Il 1976 in Friuli Venezia Giulia è l'anno del grande terremoto, della tragedia ma anche dell'orgogliosa ricostruzione, di cui la nascita degli alberghi diffusi è uno dei fenomeni corollari meno prevedibili. Il terremoto rappresenta un duro colpo per quel mondo rurale e di montagna già in emorragia demografica e di prospettive. La ricostruzione post-sisma delle aree friulane mette, quindi, sotto i riflettori il caso delle aree marginali della Carnia, come esempio lampante di un processo disgregativo in atto ovunque in Italia. Migliaia di luoghi montani vanno spegnendosi, neanche troppo lentamente, come dimostrano i saldi demografici di quel periodo. Tagliati fuori dal travolgento sviluppo delle stazioni sciistiche o termali; lontani dai grandi poli industriali e dai centri del potere politico-decisionale; con un'economia agricola dal fiato corto e sempre meno competitiva rispetto a quella di pianura ormai allineata alle dinamiche di mercato.

La comunità della Carnia ha, però, saputo trasformare il terremoto da potenziale acceleratore del fenomeno di abbandono del territorio ad opportunità. Parafrasando Droli e Dall'Ara (quest'ultimo indicato da molti come il padre del modello di ospitalità diffusa), nel

loro manuale sull'innovazione della gestione dell'ospitalità diffusa, questa comunità ha saputo "ripartire dalla bellezza", dai borghi di montagna recuperati rispettando la loro architettura originaria che rappresentano l'elemento centrale del paesaggio carnico. La ricostruzione ha permesso alla comunità di disporre di un vasto patrimonio immobiliare ristrutturato e la scelta per la sua valorizzazione è ricaduta, quasi naturalmente, nel turismo rurale. Un volano di rilancio del territorio che non richiede la costruzione di nuove strutture alberghiere, ma la valorizzazione del patrimonio attuale, preservando al contempo il paesaggio e quindi l'autenticità dei luoghi e la tradizione architettonica dei borghi. Il primo progetto pilota è quello di Comeglians (UD) nel 1982, a cui poi seguono diverse esperienze in vallate vicine.

La gestione in rete dell'accoglienza turistica mostra tutti i vantaggi dal punto di vista delle economie di scala, sia in termini di utilizzo degli investimenti che di comunicazione e promozione verso il mercato del turismo rurale. Proporsi come albergo orizzontale, preservando le caratteristiche architettoniche tradizionali, produce un discreto interesse nella crescente domanda di autenticità, ribaltando il concetto stesso di ospitalità turistica legato alle classiche strutture alberghiere. In questo ambito emerge un vantaggio rispetto a località turistiche più mature. Nella quasi totalità delle prime esperienze pilota, tra cui la Carnia, i paesi sono quasi del tutto privi di strutture alberghiere, se non per la presenza di piccole pensioni a conduzione familiare. I paesi hanno mantenuto l'autenticità che invece è andata persa in alcune delle maggiori località turistiche di montagna (principalmente stazioni sciistiche e/o termali), travolte dall'ondata di edilizia turistica degli anni Settanta e Ottanta. La via innovativa dell'ospitalità diffusa intra-



Foto: Case e Piz di Sagron Ph Tommaso Forin. APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

presa in Friuli Venezia Giulia viene presa come ispirazione anche in altri luoghi del nostro paese per rispondere al problema comune dello spopolamento. Parallelamente e spontaneamente, il modello attecchisce in altri territori marginali, tra i quali spiccano l'entroterra sardo e quello pugliese, l'appennino umbro-marchigiano e quello romagnolo e l'altopiano del Sannio.

### 3.1.2 - LO SVILUPPO

L'approccio orizzontale adottato dall'ospitalità diffusa è caratterizzato da una maggiore difficoltà nella gestione dei processi decisionali rispetto a consolidate pratiche di turismo tradizionale, dove domina un'impostazione più verticale. Per costruire un prodotto turistico vendibile, questo modello ha bisogno - infatti - di raggiungere una dichiarata comunione di intenti tra diversi e molteplici interessi e un'attivazione efficiente delle competenze particolari presenti all'interno di una comunità.



Foto: Autunno sull'Alpe Cimbra. Ph. C. Baroni. APT Alpe Cimbra

Il progetto di rilancio turistico del comune di San Leo (RN), partito nel 1989, rappresenta sotto questo aspetto un primo grande spartiacque nello sviluppo del fenomeno dell'ospitalità diffusa. Nascono, infatti, le prime società di gestione degli alberghi diffusi - in forme giuridiche diverse (associazioni, cooperative, consorzi, ...) - che permettono una gestione unitaria di tutti i servizi legati all'accoglienza turistica, non solo dell'alloggio. Non si tratta più solamente di mettere in rete alcuni immobili sottoutilizzati a fini turistici, ma di offrire un servizio completo al turista che va dai ristoranti, ai bar, alla lavandaia, al servizio di trasporto locale, alle offerte di attività specifiche di scoperta del territorio (sportive, escursionistiche, didattiche, culturali, ...), ai musei. È questo l'elemento innovativo che trasforma l'ospitalità diffusa da semplice progetto turistico a vero e proprio programma di sviluppo locale a 360°.

Esistono anche esperienze, soprattutto quelle legate ai borghi ormai del tutto disabitati dell'Appennino centrale, che hanno visto la realizzazione di un progetto di ospitalità diffusa senza il coinvolgimento dei residenti (di fatto "estinti"). L'autenticità di questi borghi è legata quasi esclusivamente alla loro dimensione architettonica, mancando la comunità locale con tutto il suo patrimonio immateriale di relazione con i luoghi, di cui rimangono solamente delle testimonianze. Si tratta, nella maggior parte dei casi, di validi prodotti turistici, figli soprattutto dell'intuizione di imprenditori e dei loro capitali, spesso e volentieri entrambi provenienti dall'estero (Germania, Scandinavia e Regno Unito soprattutto), in cui però l'evoluzione del fenomeno di sviluppo locale si ferma a questo stadio.

La scintilla che ha dato il via all'espansione del modello di ospitalità diffusa in tutta Italia

è arrivata a metà degli anni Novanta dalla Sardegna, con il progetto inserito nel Piano di Sviluppo Turistico della Comunità Montana di Marghine Planargia (Nuoro, 1995). Da un approccio orientato principalmente al prodotto (e quindi all'offerta), si passa all'analisi dei segmenti della domanda potenzialmente intercettabili. Viene, quindi, definito il fruttore tipo dell'albergo diffuso: un turista in cerca di autenticità, che non compra il "posto letto", ma l'intero "territorio".

Questa visione rende centrale il ruolo della rete di servizi rispetto alla qualità ed alla visibilità del singolo operatore, tanto meno se sconnesso dal tessuto locale. Questo concetto, ormai rinvenibile in molte pianificazioni sostenibili delle destinazioni turistiche moderne, ha contribuito a definire la causa del fallimento di alcune esperienze nate e morte nell'arco di qualche anno. Per poter apprezzare la prima vera affermazione dell'ospitalità diffusa, che superi la dimensione pionieristica e spontaneistica dei primi anni, bisogna però aspettare la fine degli anni Novanta quando sul tavolo arrivano due importanti novità strettamente legate fra loro: l'inquadramento legislativo a livello regionale ed i fondi europei.

### 3.1.3 - L'ESPANSIONE ED I SUOI RISCHI

La prima Regione a dotarsi di una legislazione in materia di ospitalità diffusa è stata la Sardegna nel 1998, seguita dal Friuli Venezia Giulia nel 2002 e via via da quasi tutte le altre Regioni d'Italia (la Provincia Autonoma di Trento nel 2007). La definizione di perimetri normativi, al netto della difficoltà dei legislatori regionali a comprendere tutte le fattispecie di questo fe-

nomeno, ha spinto le diverse esperienze a dotarsi di regole precise e disciplinari stringenti per potersi frigiare del titolo di albergo diffuso, di paese albergo, di albergo rurale, ...

A contribuire in maniera determinante all'espansione del modello arrivano, attraverso vari programmi a gestione per lo più indiretta e quindi regionale, i finanziamenti da parti dei fondi europei. Si tratta prevalentemente di fondi FESR (Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale) e FSE (Fondo Sociale Europeo) che fanno convergere milioni di euro nelle aree marginali del nostro Paese tra il 1996 e il 2006 e - in misura minore, ma sempre consistente - nel setteennato successivo (2007-2013), attraverso il programma LEADER.

Con queste premesse, inizia quindi un periodo di espansione quantitativa delle esperienze di ospitalità diffusa in Italia. Il modello, ancora molto elastico, si afferma nei primi anni Duemila più come approccio metodologico allo sviluppo rurale e alla lotta allo spopolamento della montagna, che come prodotto turistico vero e proprio. Sono anche gli anni della consacrazione mediatica del fenomeno, dell'attenzione internazionale, dei convegni, dei riconoscimenti (WTM Global Award nel 2010 a Londra) e dell'espansione oltre confine (il primo Pueblo Hotel in Spagna nasce nel 2009).

Su queste premesse, molte comunità delle nostre montagne e campagne hanno iniziato a ripensare le proprie prospettive di sviluppo, abbandonando i sentieri del turismo tradizionale e impattante per percorrere a vario titolo la via dell'innovazione sostenibile. Questa grande espansione ha sviato sempre più l'attenzione dal mercato, e quindi dalla sostenibilità economica dell'impresa turistica, per focalizzarla sulla capacità di racimolare fondi pubblici: sempre meno imprenditori, sempre più fund-raiser. In questo periodo, luoghi senza alcuna vocazione turistica si sono inventati tali in relazione alla possibilità di ricevere finanziamenti europei. Cresce sempre più il



Foto: Alpe Cimbra

numero dei "tentati" alberghi diffusi che sboccano e appassionano nell'arco di un paio di stagioni (nel 2010 si supera quota 100), più o meno in linea con l'idea originaria e con le sue linee guida. Indicazioni che molto spesso sfumano e si banalizzano, se non addirittura si stravolgono, nei testi delle leggi regionali o delle misure dei bandi co-finanziati dall'Unione Europea. Una "confusione" normativa ed interpretativa che ha favorito la nascita di iniziative imprenditoriali poco serie, che sfruttano il nome "a la page" per piazzare sul mercato tutt'altro. Il rischio è quello di svuotare di significato il pro-

dotto turistico, il brand e l'approccio stesso. Per rispondere a questo bisogno di chiarezza, nel giugno del 2006 nasce l'Associazione Nazionale Alberghi Diffusi (ADI) - sotto l'impulso di alcuni gestori e di Dall'Ara stesso (che ne è il Presidente) - con l'obiettivo statutario di "promuovere e sostenere lo sviluppo degli alberghi diffusi in Italia, tutelandone l'immagine e la reputazione presso le istituzioni pubbliche, la stampa, il sistema intermediario e la domanda turistica". Lo statuto dell'ADI elenca le caratteristiche ed i criteri perché una struttura possa essere associata (e quindi definita Albergo Diffuso a pieno titolo), tentando così di costruire un perimetro comune, una sintesi che superi le diverse esperienze frutto delle varie normative regionali, spesso divergenti tra loro.

L'ADI si fa quindi promotrice e custode di uno standard metodologico messo nero su bianco attraverso il "Manuale dell'Albergo Diffuso" (Dall'Ara, ed. Franco Angeli - Milano, 2010).

A fianco dell'ADI resistono, però, strutture singole e reti regionali autonome (di cui quella pugliese è forse la più importante) che interpretano in maniera differente il fenomeno.

Al di là di questi distinguo, resta la difficoltà (e forse l'impossibilità) di una definizione comune e condivisa di ospitalità diffusa, sia come prodotto turistico e sia come progetto di sviluppo locale.

L'estrema eterogeneità del nostro territorio, a partire dalla morfologia per finire con le diverse culture dell'abitare, e la relativa breve storia del fenomeno non consentono oggi di determinare a priori una formula o un modello unitario di sicuro successo.

### 3.1.4 - LA SFIDA DEL MERCATO

Il percorso descritto, fatto anche di tentativi e di utili fallimenti, ha permesso l'affermazione di un modello di offerta turistica basato sull'autenticità dei luoghi più o meno riconosciuto e riconoscibile. Un modello che appare oggi alla prova di un salto di qualità non più rimandabile.

Con il progressivo ridursi delle risorse pubbliche disponibili, la vera sfida risiede nella ricerca di un solido posizionamento nelle vetrine del mercato turistico. Tante esperienze, nate e cresciute anche nell'ortodossia dell'approccio metodologico, si trovano oggi con le armi spuntate di fronte a questa prova, vuoi per mancanza di strumenti gestionali, vuoi per scarse competenze tecniche specifiche che afferiscono principalmente alla sfera imprenditoriale. Pur mantenendo come obiettivo principale lo sviluppo locale - con al centro una comunità motivata, i suoi spazi pubblici ed il suo territorio - è, quindi, importante che si sviluppi un sistema di controllo e di miglioramento delle performance economiche dell'impresa turistica.

### 3.2 - IL CONTESTO ATTUALE

L'offerta di ospitalità diffusa, come detto, non si ferma all'offerta del semplice posto letto, ma si compone di una realtà locale complessa: luogo (paesi, borghi, vallate, altopiani, ... con le loro tradizioni), soggiorno (edifici recuperati e con ridotto impatto paesaggistico) e rapporto umano (la comunità locale diventa narratrice del proprio territorio).

#### 3.2.1 - LOCALIZZAZIONE

Una dimostrazione dell'innovatività della categoria di offerta turistica relativa all'ospitalità diffusa è la mancanza di rilevazioni ufficiali del fenomeno. Per questo motivo la tabella seguente fa riferimento agli unici dati autorevoli disponibili, ovvero agli iscritti all'ADI (Associazione Nazionale Alberghi Diffusi), l'associazione che raccoglie le strutture che rispettano le caratteristiche definite da Giancarlo Dall'Ara.



Foto: Ph Mirco Dalprà. APT Alpe Cimbra

## L'ospitalità diffusa in Italia (2017)

	Tipologia	Associati ADI	Non associati ADI
Alberghi Diffusi DOC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione unitaria,</li> <li>• Presenza di locali adibiti a servizi comuni per gli ospiti,</li> <li>• Offerta di servizi alberghieri (accoglienza, colazione, pulizie, ...), assistenza 24 ore su 24,</li> <li>• Presenza di una comunità ospitante,</li> <li>• Integrazione nel territorio e nella sua cultura,</li> <li>• Ambiente autentico,</li> <li>• Distanza ragionevole fra unità abitative e spazi comuni.</li> </ul> <p>Per ospitalità diffusa si intendono le altre tipologie di offerta ricettiva riconosciute dall'ADI come "cugini" dell'albergo diffuso doc, ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il borgo/paese albergo. Proposta ospitale che nasce da un progetto di valorizzazione di un borgo abitato e da una rete di camere e case, anche lontane tra loro, messe a disposizione dei turisti, grazie al booking centralizzato, ma di norma in assenza di servizi alberghieri, di gestione unitaria, e di locali comuni.</li> <li>• Residence diffuso. Struttura ricettiva extralberghiera, che offre case sparse in un territorio a volte anche molto ampio, caratterizzato da un booking centralizzato, ma non da una gestione alberghiera, né tantomeno da una gestione unitaria dei servizi alberghieri.</li> <li>• Villaggio albergo. Struttura ospitale realizzata grazie al recupero, ristrutturazione e valorizzazione a fini turistici di un borgo disabitato, gestito in forma unitaria, che propone camere e servizi dislocati in edifici diversi a volte vicini fra loro, e che può proporre servizi alberghieri.</li> </ul>	69	5
Altra ospitalità diffusa		10	1
Alberghi Diffusi di Campagna/Alberghi Rurali	Struttura ospitale con le stesse caratteristiche di un "Albergo Diffuso doc" ma ubicato in contesti rurali di rilevanza storica ed architettonica (antiche borgate).	7	-

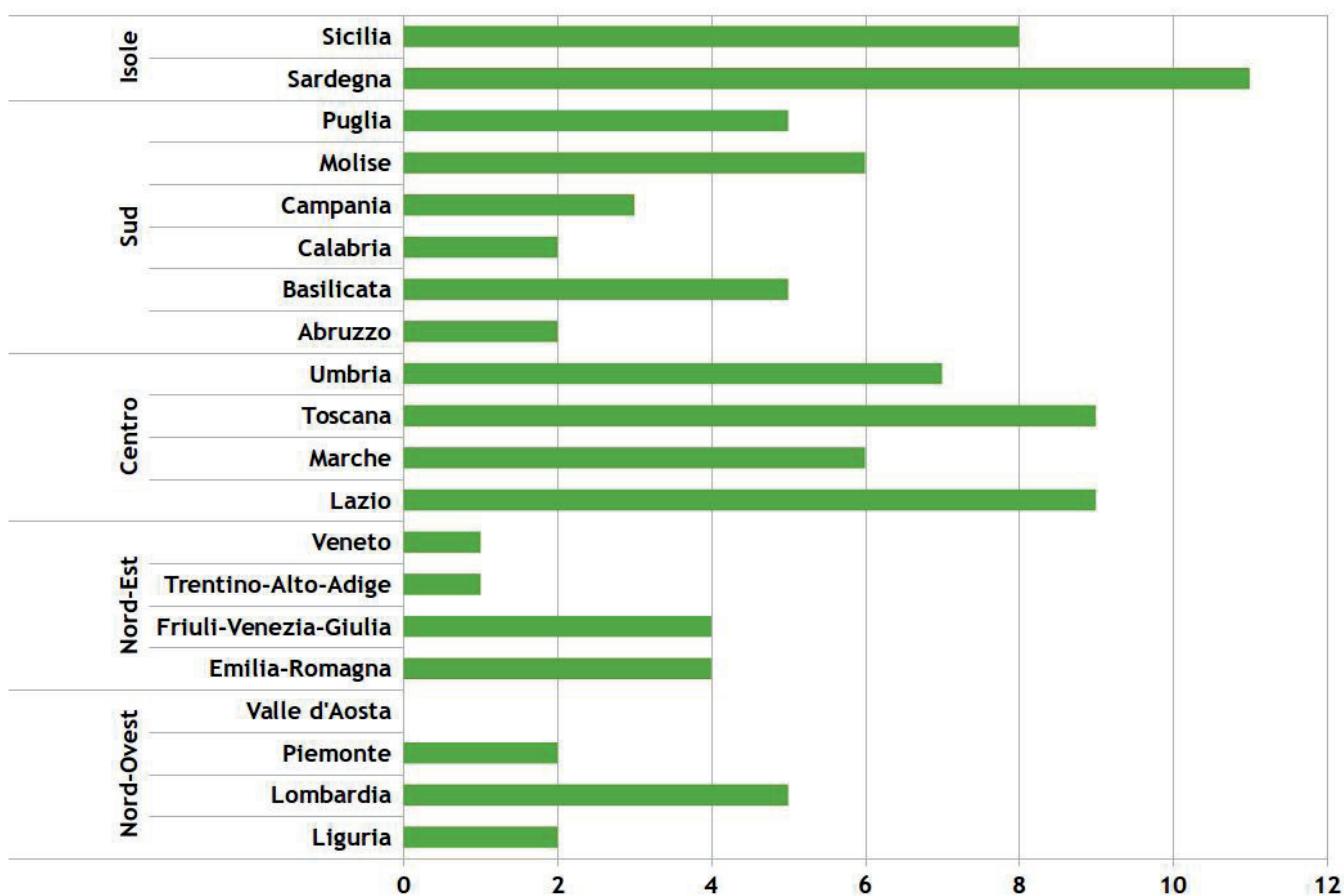
Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati di Associazione Nazionale Alberghi Diffusi - (sito web consultato nel gennaio 2017)



Foto: Ph Mirco Dalprà. APT Alpe Cimbra

Per quanto riguarda la suddivisione per Regione, il territorio che presenta il maggior numero di strutture di ospitalità diffusa è la Sardegna (11 strutture), seguita da Toscana, Lazio e Sicilia. Si nota, quindi, una forte presenza di questa tipologia ricettiva nell'Italia insulare e nel Centro-Sud. Segue il settore alpino del Nord-Est, che sconta però la mancata registrazione all'ADI delle numerose strutture diffuse del Friuli Venezia Giulia, culla del fenomeno.

## Localizzazione degli Alberghi Diffusi in Italia - Suddivisione per Regione (2017)



Per completezza, si ritiene interessante dedicare un approfondimento proprio al comparto delle strutture ricettive di ospitalità diffusa presenti in Friuli Venezia Giulia. Come già accennato precedentemente, il concetto di Albergo Diffuso nasce negli anni '70 nelle aree marginali della Carnia, il Friuli è la seconda regione italiana a dotarsi di una legislazione in materia e - nel periodo 2000-2014 - ha indirizzato oltre 25 milioni di euro in fondi europei a supporto della rete regionale degli Alberghi Diffusi.

Per questi motivi le strutture di ospitalità diffusa presenti in questo territorio sono molte di più rispetto alle 4 censite dall'ADI. Infatti, sulla base del report regionale "Il Turismo in Friuli Venezia Giulia - Anno 2014", il territorio friulano ospita ben 18 strutture diffuse - tutte, ad esclusione dell'Albergo Diffuso Laguna d'Oro di Grado, situate in comuni montani - che arrivano ad offrire 351 alloggi per un totale di 1.713 posti letto.

### 3.2.2 - PROFILO DEI VISITATORI

JFC Turismo & Management ha pubblicato lo studio "Gli Alberghi Diffusi - Soggiorni d'Emozione", nel quale ha tracciato un profilo dei visitatori che usufruiscono di questa tipologia ricettiva in Italia.

Di seguito si riportano i risultati principali:

- Forte presenza straniera in questo segmento turistico, con un livello di internazionalizzazione che raggiunge il 46,4%. Le seguenti tabelle mostrano le quote di provenienza dei turisti italiani e dei visitatori stranieri.
- Il target principale di clientela sono le coppie (con una età media pari a 34 anni) che rappresentano il 54,8% dei visitatori locali. A seguire le famiglie (33,8%), gli sportivi (6,1%) e la clientela senior (3,2%).
- Le motivazioni che spingono il turista verso questa tipologia ricettiva riguardano prevalentemente la componente emozionale e relazionale che può essere trovata in una struttura di ospitalità diffusa. In particolare, i visitatori scelgono queste sistemazioni per trovare un luogo autentico, originale, in piccoli borghi spesso lontani dai circuiti turistici tradizionali e per cambiare la modalità di fruizione dei luoghi, ricercando non il luogo stesso, ma l'esperienza che lì è possibile vivere.
- I servizi maggiormente richiesti, oltre a quelli più tradizionali (ristorazione, parcheggio, ...) riguardano: piscina (in particolare da parte di turisti stranieri), aree verdi per il relax, escursioni organizzate per scoprire il territorio, accoglienza personalizzata con presentazione del territorio, degustazione dei prodotti tipici.
- I principali interessi di coloro che frequentano queste strutture di ospitalità diffusa sono l'am-

*Principali provenienze dei visitatori (2013)*

Regione Italia	% su italiani	Stato Estero	% su stranieri
Lazio	14,2%	Germania	19,4%
Lombardia	11,6%	Francia	14,5%
Campania	7,5%	Olanda	8,1%
Emilia-Romagna	7,1%	Spagna	7,3%
Toscana	6,6%	Paesi Scandinavi	7%
Puglia	6,6%	Belgio	6%
Veneto	6,4%	Regno Unito	5,5%
Piemonte	6,2%	Giappone	3,9%

*Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting su dati "Gli Alberghi Diffusi - Soggiorni d'Emozione"*

biente e la natura, l'enogastronomia e le tipicità dei luoghi.

### 3.2.3 - PERFORMANCE

Lo studio “Albergo Diffuso: A Sustainable Tourism Innovation or Niche Accommodation?”, realizzato da L. Sheehan e A. Presenza, offre un ottimo confronto tra le potenziali performance, in termini di sostenibilità generale, del sistema dell’ospitalità diffusa rispetto a quello dell’ospitalità alberghiera tradizionale.

Dal punto di vista economico una struttura di ospitalità diffusa fa riferimento al recupero di un sistema insediativo e quindi ad un conseguente aumento della spesa turistica presso le imprese locali. Si tratta, poi, di una tipologia di impresa strettamente connessa alla comunità di un territorio, per la quale rappresenta quindi una fonte di vantaggi, anche finanziari.

La performance ambientale, invece, è molto simile a quella di un albergo normale. La differenza sostanziale risiede nel fatto che questa ti-

pologia di struttura turistica non deve essere costruita da zero, ma si basa sul recupero di patrimonio edilizio tradizionale inutilizzato. Questo riduce la quantità di materiale necessario (il restauro o l’ammmodernamento richiedono un impegno minore rispetto ad una nuova costruzione), così come l’impatto sul paesaggio e l’architettura circostanti.

L’ambito socio-culturale è quello in cui l’ospitalità diffusa riesce a rendere meglio rispetto ad un albergo tradizionale, anche perché - molto spesso - il proprietario ed i conduttori sono socialmente legati alla comunità locale. Insomma, una modalità ricettiva costruita sui bisogni e sulle emozioni dei visitatori integrati con quelli dei residenti.

Lo studio suggerisce, infine, otto caratteristiche che caratterizzano un’area con un elevato potenziale per quanto riguarda l’ospitalità diffusa:

1. Deve esserci consapevolezza da parte della comunità locale rispetto questa tipologia ricettiva, le sue innovazioni e le sue potenzialità.
2. Gli attori locali devono essere interessati a lavorare insieme.
3. Il proprietario/gestore dovrebbe assumersi il rischio imprenditoriale.
4. Devono esserci un adeguato numero di camere si-

tuate ad una ragionevole distanza tra loro che divengono parte del sistema di ospitalità diffusa per un discreto periodo di tempo.

5. L’ambiente architettonico deve essere autentico e capace di essere completamente rinnovato.
6. La struttura diffusa deve essere in grado di fornire i servizi essenziali agli ospiti (ristoranti, bar, farmacia, supermercato, ...).
7. Il territorio deve essere popolato da una comunità attiva, inclusiva ed accogliente e i residenti devono essere pronti a condividere le proprie esperienze e conoscenze con i visitatori.
8. L’area circostante deve offrire alcune attrattive paesaggistiche, ambientali, storiche o tradizionali che la rendano unica nel suo genere.

Questo ultimo punto ha poi ispirato la ricerca “The Territory Attractiveness as a Factor for Competitiveness: The model of the Albergo Diffuso”, che ha analizzato l’apporto di questa tipologia ricettiva allo sviluppo sostenibile di un territorio e come la sua performance sia influenzata dal contesto in cui opera. In particolare, gli autori hanno cercato di rispondere alla domanda: “la performance di un Albergo Diffuso è influenzata positivamente dai fattori culturali, dalla tradizione artigiana, dai fattori di attrazione turistica?”.

L’analisi di regressione multivariata ha determinato i seguenti risultati:

- la presenza di un’tradizione artigiana influenza positivamente la performance di un Albergo Diffuso che, allo stesso tempo, contribuisce a mantenere viva la storia e la cultura locali;
- una buona offerta turistica, in termini di visibilità e ricettività, può rinforzare la competitività dell’Albergo Diffuso anche se un elevato numero di strutture alberghiere concorrenti può ridurre la performance delle strutture diffuse;

· la domanda culturale (visitatori presso i beni culturali locali) non influenza le performance dell’Albergo Diffuso, dovuta invece al contesto sociale, storico ed artistico (patrimonio immateriale) che rendono un territorio interessante. Infine, si cita la recente valutazione tematica della Regione Friuli Venezia Giulia “Gli effetti socio-economici della modalità dell’albergo diffuso”. L’impatto percepito sulle presenze turistiche nel territorio a seguito della costituzione di una struttura di ospitalità diffusa è positivo: ben il 75% dei proprietari degli immobili coinvolti stimano una crescita delle presenze turistiche sul territorio tra il 20% ed il 60%, con una concentrazione nel periodo luglio-settembre e nelle settimane a cavallo di Capodanno. Le caratteristiche maggiormente apprezzate dai visitatori sono: la collocazione in contesti paesaggistici di particolare rilievo; la politica di contenimento dei prezzi; la collocazione in contesti storico-culturali di particolare rilievo; il principio generale del recupero e della conservazione/valorizzazione di beni architettonici già esistenti.

### 3.3 - ALBERGO DIFFUSO E DINTORNI

La Provincia Autonoma di Trento, come descritto successivamente, ha normato una sola fattispecie di ospitalità diffusa, ovvero l’albergo diffuso, escludendo di fatto tutta una serie di altre tipologie che potrebbero essere sviluppate sul territorio Trentino. Per le finalità di questo studio è quindi utile andare oltre quello che prevede la stringente norma provinciale e capire quali possano essere gli altri approcci, frutto dell’evolversi del fenomeno a diverse latitudini del nostro Paese, per poi prenderli come esempio per sviluppare un modello che sia in con-

tinuità con quanto esistente in Italia, ma che da queste esperienze sviluppi caratteristiche legate alle specificità del territorio trentino ed in particolare dell’ambito di studio. Sempre prendendo come riferimento il Manuale di Dall’Ara, completandone gli spunti con una ricognizione delle esperienze più interessanti, di seguito sono descritte le principali forme di ospitalità diffusa da cui prendere ispirazione. Nella pratica, come vedremo, anche queste forme diverse dall’albergo diffuso propriamente detto prendono la denominazione “albergo diffuso” o per scelte di market placement e/o per rientrare nelle categorie definite dalle varie leggi regionali che le normano.

#### 3.3.1 - ALBERGO DIFFUSO SECONDO LA LEGGE TRENTINA

La Provincia Autonoma di Trento, come descritto successivamente, ha normato una sola fattispecie di ospitalità diffusa, ovvero l’albergo diffuso, escludendo di fatto tutta una serie di altre tipologie che potrebbero essere sviluppate sul territorio Trentino. Per le finalità di questo studio è quindi utile andare oltre quello che prevede la stringente norma provinciale e capire quali possano essere gli altri approcci, frutto dell’evolversi del fenomeno a diverse latitudini del nostro Paese, per poi prenderli come esempio per sviluppare un modello che sia in continuità con quanto esistente in Italia, ma che da queste esperienze sviluppi caratteristiche legate alle specificità del territorio trentino ed in particolare dell’ambito di studio.

Sempre prendendo come riferimento il Manuale di Dall’Ara, completandone gli spunti con una ricognizione delle esperienze più interessanti, di seguito sono descritte le principali forme di ospitalità diffusa da cui prendere ispirazione. Nella pratica, come vedremo, anche queste forme diverse dall’albergo diffuso propriamente detto prendono la denominazione “albergo diffuso” o per scelte di market placement e/o per rientrare nelle categorie definite dalle varie leggi regionali che le normano.

#### 3.3.2 - ALBERGO DIFFUSO DI CAMPAGNA/DI VALLE - ALBERGO RURALE

Questo tipo di struttura differisce dall’approccio classico per la diversa antropizzazione del territorio in cui si sviluppa. Manca la centralità del borgo storico che, anche se presente, non esaurisce entro il suo perimetro l’offerta di alloggio. L’ospitalità insiste su di un’area più vasta: aperta campagna, brevi valli, territori comunali con case sparse e piccole frazioni anche a diverse altitudini che costituiscono un contesto territoriale omogeneo e riconoscibile. Viene quindi a differenziarsi dall’albergo diffuso propriamente detto dall’assenza del vincolo di distanza massima tra gli edifici preposti all’accoglienza e l’ufficio di ricevimento. Per il resto conserva l’orizzontalità dell’approccio, la centralità della reception e l’integrazione dei servizi complementari alla ricezione e soprattutto la gestione unitaria. L’esperienza di Slow Valley (Valli del Natisone, in provincia di Udine) rappresenta un buon esempio di questa tipologia di ospitalità diffusa.



Foto: Ph Aldo Miele. APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

### 3.3.3 - RESIDENCE DIFFUSO

Si tratta, sostanzialmente, di una rete di strutture extra-alberghiere indipendenti tra loro, spesso senza una gestione unitaria, coordinata per creare un'offerta turistica integrata. La rete è frutto di specifici accordi tra imprenditori del comparto ricettivo, proprietari di immobili ed eventualmente altri soggetti del territorio (per lo più fornitori di servizi complementari e tour operator). Può insistere su un unico territorio comunale o spaziare su territori più ampi. L'omogeneità e la riconoscibilità dell'offerta non si concentrano solamente sul territorio, ma si focalizza anche sulla tipologia dell'alloggio: la fattoria, l'agriturismo, la baita. Nel contesto del Trentino, una esperienza classificabile in questa tipologia è rappresentata dalla rete di Vacanze in Baita (Valsugana, Tesino, Vigolana, Val di Sole, Val dei Mocheni - Piné), promossa dal sistema delle APT.

### 3.3.4 - PAESE/BORGO ALBERGO

Il Paese Albergo si focalizza su di un unico territorio comunale e nasce spesso come progetto di valorizzazione a 360° di un centro storico o di un borgo proposto da una rete di imprenditori del comparto ricettivo e di altri servizi (ristorazione, guida, informazioni, tour operator, ...) che mettono in comune l'attività di prenotazione, ma che non hanno una gestione unitaria. Si tratta di una modalità di ospitalità diffusa fortemente caratterizzata dal contesto storico del paese e dal suo rilancio turistico e culturale. Uno dei problemi principali di questa fatispecie è la difficoltà nella gestione; mancando la sintesi della società unica di riferimento, le forze



Foto: APT Alpe Cimbra

centrifughe degli interessi particolari degli imprenditori minacciano la tenuta dell'approccio orizzontale. Questo rischio può essere mitigato da un forte ruolo del settore pubblico (l'Amministrazione comunale solitamente), garante del progetto di sviluppo/rilancio locale. Delle esperienze di questo tipo sono rinvenibili sull'arco alpino in Valcamonica (Borno) o in Val d'Aosta (Saint-Marcel). In Trentino un progetto di Paese Albergo sta prendendo piede a Vermiglio, in alta Val di Sole.

### 3.3.5 - MALGA/FATTORIA DIFFUSA

La Malga/Fattoria Diffusa rappresenta un “sistema produttivo diffuso” riconosciuto ed omogeneo, che può diventare una delle attrattive principali su cui innestare un progetto di ospitalità diffusa. Il sistema di malghe in montagna o di fattorie in pianura su cui poggia questa offerta turistica deve operare nella produzione agricola-zootecnica, essere facilmente accessibile e possibilmente avere già una qualche forma associativa/consortile che funga da gestione unitaria, anche intorno ad un prodotto agro-alimentare che la caratterizza (formaggio, erbe di montagna, ...). In questa fatispecie, l'ospitalità diffusa può essere strutturata in due modalità: sviluppata internamente dalla rete di malghe/fattorie - come nel caso della rete dei masi “Gallo Rosso” in Alto-Adige - oppure promossa separatamente, ma con una gestione unitaria, in strutture altre a servizio della rete di malghe/fattorie.

## 4 - UN POSSIBILE MODELLO DI VALUTAZIONE

Le formule di ospitalità diffusa non sempre si adattano a tutti i contesti ed i territori ma, pur trattandosi di proposte flessibili, sono comunque favorite dalla presenza di alcune costanti che facilitano la realizzazione di progetti di questo genere. Giancarlo Dall'Ara, nel suo "Manuale dell'Albergo Diffuso", ha identificato i seguenti requisiti che rendono il contesto favorevole alla nascita di questa tipologia ricettiva:

- presenza di un contesto a vocazione turistica, culturale o ambientale, con edifici e strutture di interesse artistico, storico, che rappresentino la cultura e le tradizioni locali;
- esistenza all'interno del territorio di edifici adatti ad una ristrutturazione con finalità di accoglienza turistica;
- presenza di un'offerta comprensiva di servizi base, quali esercizi commerciali, culturali, turistici, sia per i turisti che per i residenti;
- possibilità di collocare delle strutture per la prima accoglienza (reception) in posizione centrata rispetto alle unità abitative;
- numero di abitanti del territorio limitato, ma sufficiente a garantire possibilità di instaurare relazioni e rapporti con gli ospiti;
- organizzazione di eventi ed iniziative per la valorizzazione della località, incentrate sulla cultura dell'accoglienza;
- presenza di tradizioni eno-gastronomiche, artigiane, culturali ed artistiche da valorizzare;
- interesse e volontà da parte dei residenti, dei privati e degli operatori, ad impegnarsi e ad investire in forme di gestione innovative.

Si tratta di requisiti abbastanza generici, che ben si possono adattare a molti territori in Italia, per questo motivo non esiste un unico modello applicabile a tutte le situazioni ed a tutti i luoghi. Infatti, nella realtà, questa tipologia di offerta ricettiva ha avuto differenti modalità di avvio e conduzione. Di seguito saranno presentate alcune buone pratiche di ospitalità diffusa italiane.

### 4.1 - BUONE PRATICHE E BENCHMARK DI RIFERIMENTO

Nella grande famiglia dell'ospitalità diffusa, sono state individuate sei esperienze di successo presenti nell'area alpina orientale. L'obiettivo di ricerca è l'individuazione delle caratteristiche che accomunano le buone pratiche di ospitalità diffusa che operano su di un territorio confrontabile a quello del BIM del Brenta, per capire l'applicabilità di questa tipologia ricettiva al contesto analizzato. La ricerca è stata condotta con la metodologia Multiple Case ed è di tipo qualitativo, con la finalità di esplorare le caratteristiche dei diversi esempi presentati.

I casi studio scelti per la ricerca, e di seguito analizzati, sono i seguenti:

- A) Albergo Diffuso Ornica - Ornica (BG)
- B) Albergo Diffuso Faller - Sovramonte (BL)
- C) Albergo Diffuso Valcellina e Val Vajont - Claut (PN)

- D) Albergo Diffuso Comeglians - Comeglians (UD)
- E) Albergo Diffuso Borgo Soandri - Sutrio (UD)
- F) Albergo Diffuso Valli del Natisone - Grimacco (UD)

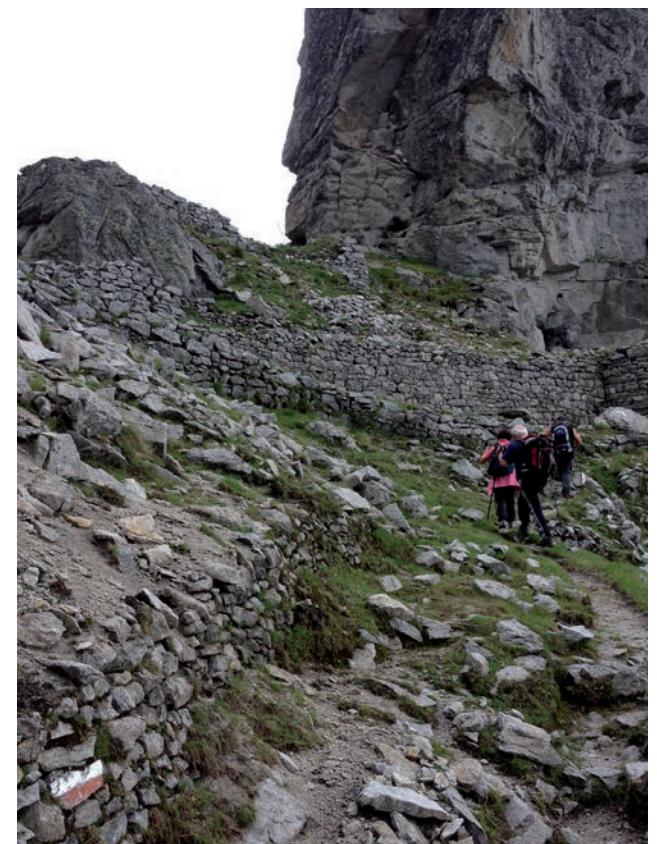
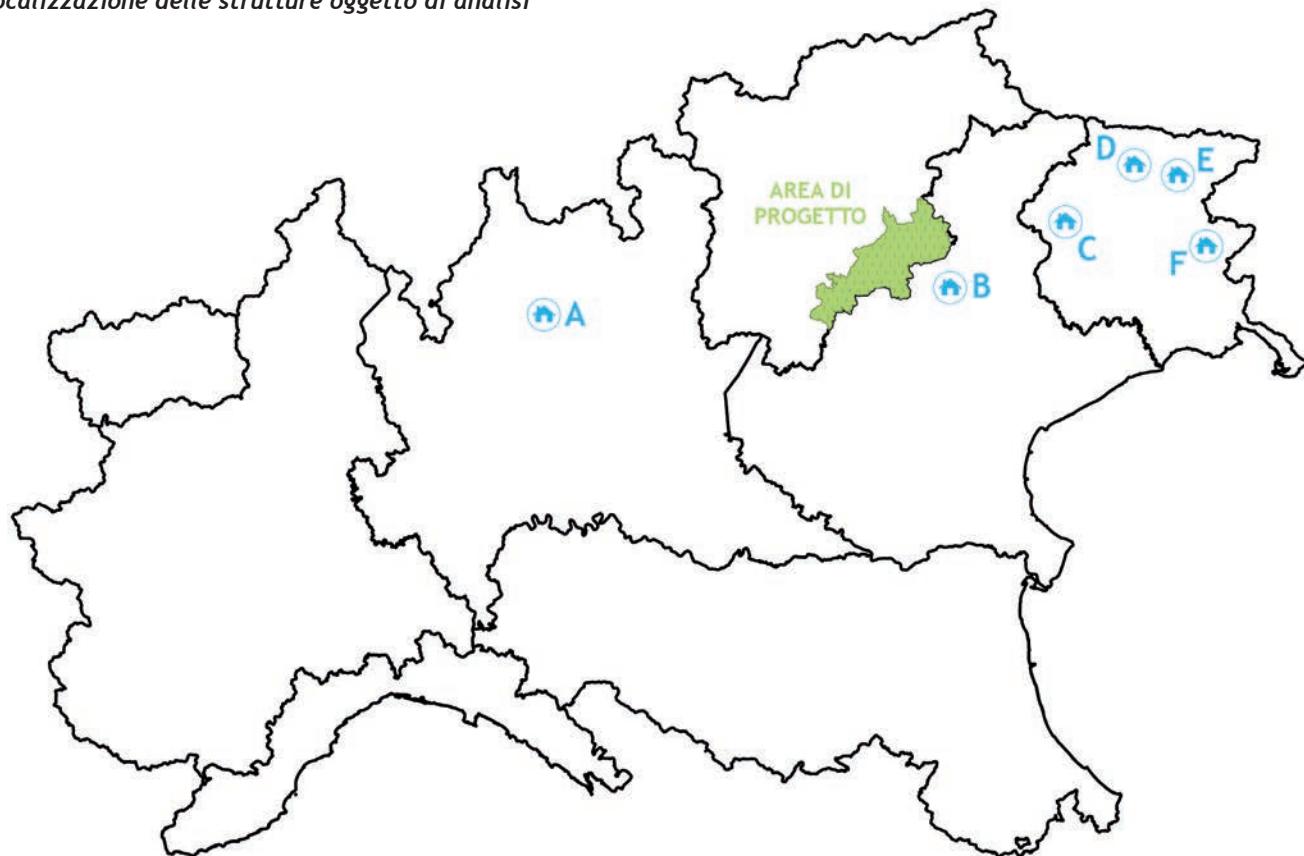


Foto: Grande Guerra Forcella Fierollo Rava. Ph C. Facen. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

#### *Localizzazione delle strutture oggetto di analisi*



Fonte: elaborazione Agenda 21 Consulting srl

Ogni buona pratica sarà analizzata in quattro sezioni:

- Inquadramento della struttura;
- Origine dell'iniziativa e servizi offerti;
- Andamento della popolazione residente ai Censimenti nei comuni interessati dalla struttura, questo per valutare l'eventuale effetto "anti-spopolamento";
- Analisi delle performance turistiche della struttura negli ultimi anni, questi dati presentano differenti profondità di analisi legate alle informazioni messe a disposizione dai gestori delle strutture a seguito di un contatto diretto.

#### *Carta d'Identità della struttura*

Gestione	Cooperativa "Donne di Montagna"
Anno di inaugurazione	2009
Origine iniziativa	Impegno da parte di soggetti privati, appoggiati dall'amministrazione comunale
Comuni interessati	Ornica (sede della reception)
Distanza massima Reception-Alloggio	850 metri (le baite diffuse), gli altri alloggi sono situati nel borgo
Servizio di Ristorazione	L'albergo diffuso offre anche un ristorante comune
Offerta ricettiva della struttura	5 alloggi per 48 posti letto
Offerta ricettiva del territorio	Strutture Alberghiere: 1 struttura Strutture Extra-Alberghiere: 0 strutture
Movimento generato	Presenze 2015: 357 notti
Soddisfazione clienti	Tripadvisor (gen 2017): 4/5 per accoglienza, tranquillità e paesaggio Booking (gen 2017): 9,9/10 per accoglienza

#### **4.1.1 - ALBERGO DIFFUSO ORNICA (A)**

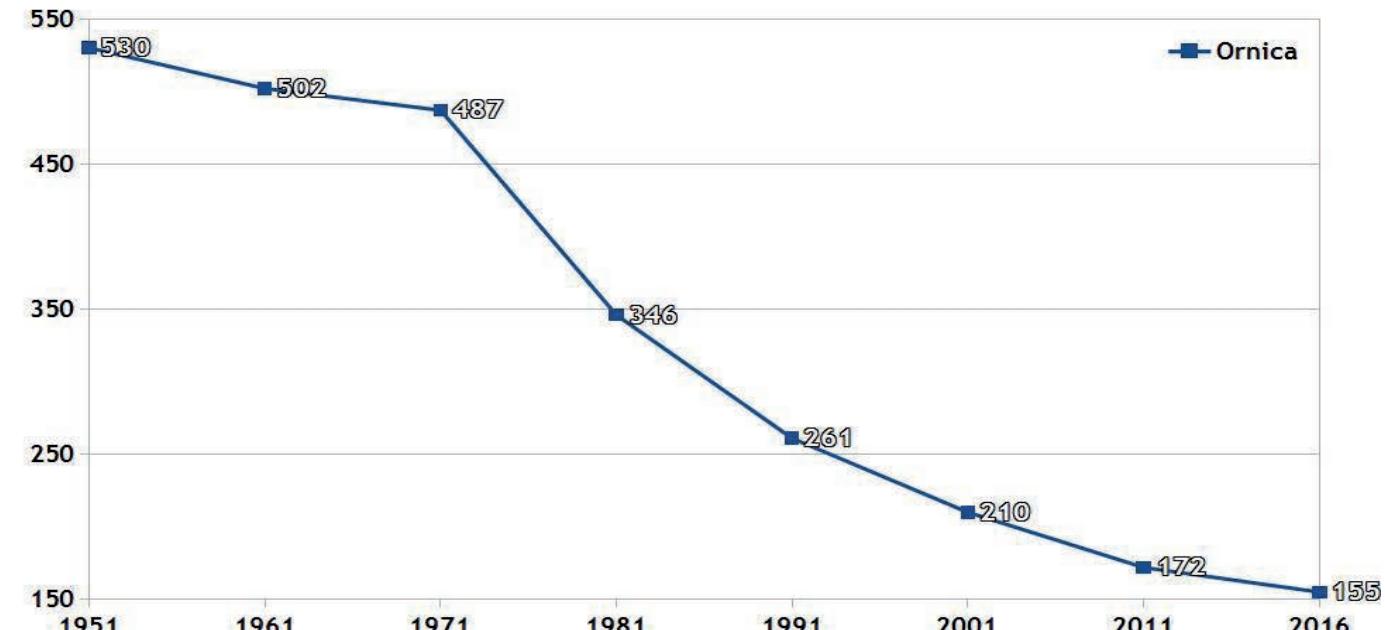
Ornica è un antico borgo montano posto a mille metri di altitudine, in provincia di Bergamo, ed inserito nel Parco delle Orobie Bergamasche. La struttura si compone sia di appartamenti che di baite diffuse; tutti gli alloggi, ad eccezione delle baite, sono ricavati all'interno del borgo. Protagonista è la cooperativa di gestione che, insieme all'amministrazione comunale, ha ridato sviluppo al paese: il gruppo ha aperto un ufficio turistico, una cantina con prodotti tipici e propone - oltre al servizio ricettivo - anche un programma di attività, escursioni, corsi e degustazioni di prodotti tipici per valorizzare le risorse culturali e umane locali. Sul territorio è presente la realtà ecomuseale "Ecomuseo Centro Storico".

Per quanto riguarda l'andamento demografico, il comune di Ornica ha visto un forte calo della popolazione residente a partire dagli anni '70 anche se il trend appare stabilizzarsi nel corso degli ultimi anni per attestarsi intorno ai 150 residenti.

Passando al movimento generato dalla struttura ricettiva sul territorio, la capacità attrattiva appare in crescita negli ultimi quattro anni, con una permanenza media che varia da due a tre giorni. Guardando alla stagionalità, invece, si nota come esistano due picchi: quello estivo ad agosto e quello invernale a dicembre (circa un terzo di quello estivo e probabilmente generato dai mercatini e dagli eventi legati alle festività natalizie). Interessante, infine, notare come le presenze si mantengano abbastanza costanti per i restanti mesi dell'anno, ad eccezione di marzo e novembre, dove sono praticamente nulle.

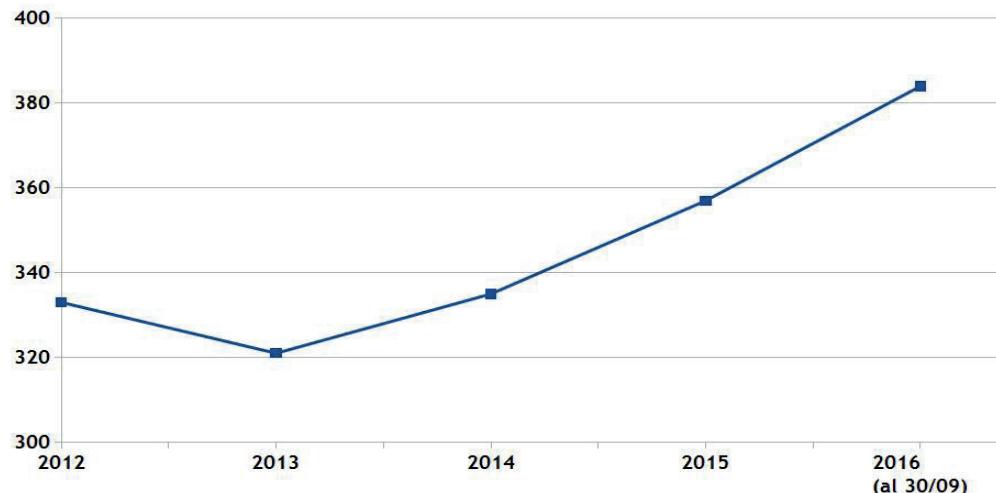
Per quanto riguarda il target di clientela attratto, l'albergo diffuso fa riferimento principalmente alle famiglie con bambini, alle coppie, ai gruppi scolastici ed a tutti gli amanti della natura e delle cose semplici.

*Andamento demografico (1951-2016)*

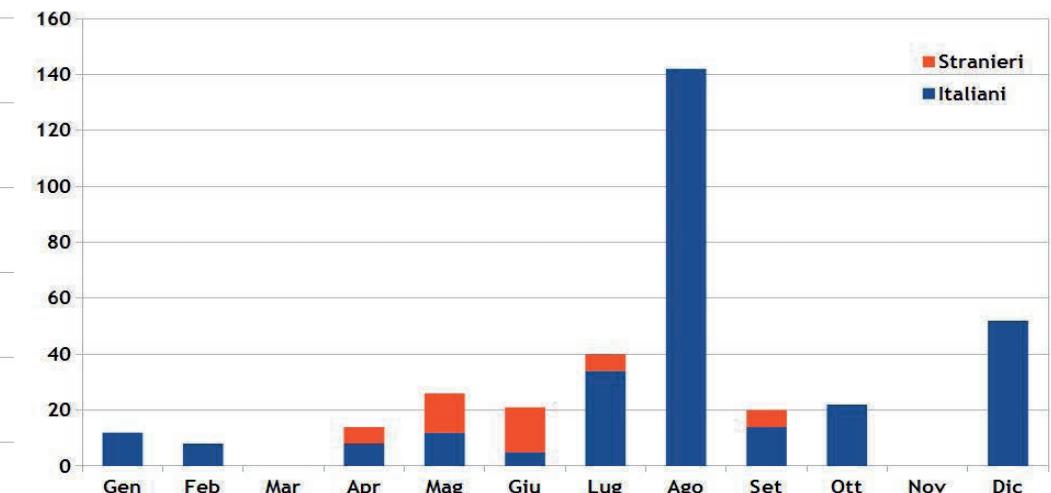


Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati demo.istat

*Presenze (2012-2016) e Stagionalità (2015)*



Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su forniti dalla struttura



## 4.1.2 - ALBERGO DIFFUSO FALLER (B)

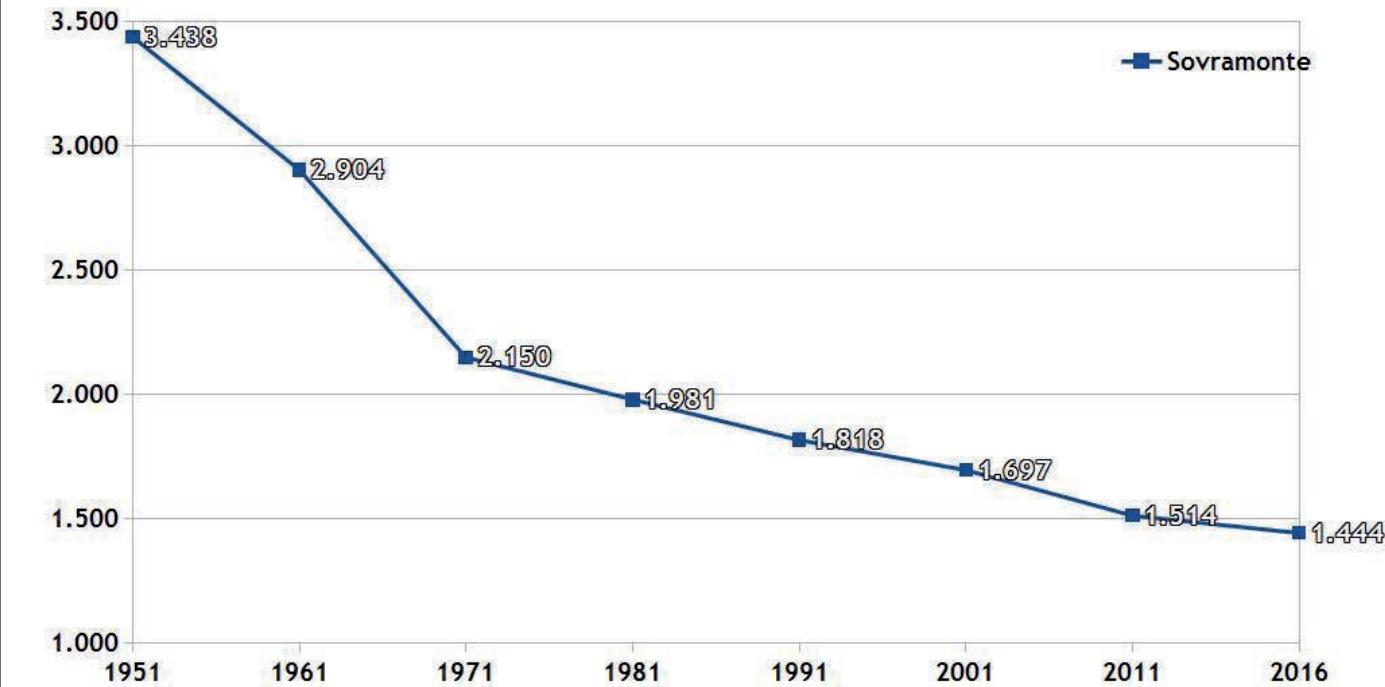
La struttura si trova nel centro abitato dell'omonimo paese in Provincia di Belluno ed è costituita da diverse abitazioni tipiche montane e poco distanti dalla reception. Questa iniziativa ha permesso la valorizzazione del paese e del territorio attraverso l'ospitalità. L'attrattivit  turistica del piccolo insediamento di montagna   stata rilanciata a partire dall'elemento naturale e dalla curiosit  di scoprire un luogo ricco di sorprese (Faller viene visto come il paese delle mele prussiane, della leggenda della Fata Edgard, dei paesaggi dei meli in fiore o in frutto, dei panorami sulle montagne del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi e sulla catena del Lagorai). L'albergo diffuso Faller   composto da un ristorante reception che   una Campanula d'Argento del Parco, il marchio di qualit  che l'area protetta conferisce alle strutture turistiche del proprio territorio, e da sette residenze sparse nel paesino di Faller. Per quanto riguarda l'andamento demografico, il comune di Sovramonte ha visto un forte calo della popolazione residente fino agli anni '70; trend che ha poi rallentato il suo andamento decrescente per giungere ai circa 1.400 abitanti attuali. I residenti nella frazione di Faller, nel cui territorio   situato l'albergo diffuso, sono circa 110.

Guardando alla performance turistica dell'anno 2015 - 264 visitatori attratti sul territorio per 838 notti trascorse presso la struttura - si nota come la permanenza media superi di poco i 3 giorni e che ben il 65% delle presenze si concentrano nei tre mesi estivi (70 a giugno, 196 a luglio e 283 ad agosto). Le percentuali di turisti italiani e stranieri praticamente di equivalgono: i primi arrivano principalmente dalla pianura veneta, dal milanese e dal ferrarese; i secondi provengono, invece, da Austria, Germania, Francia, Belgio e Svezia.

*Carta d'Identit  della struttura*

Gestione	Associazione "Albergo Diffuso Faller"
Anno di inaugurazione	2011
Origine iniziativa	Ruolo attivo degli abitanti di Faller che si sono impegnati personalmente nei recuperi edilizi, trovando poi l'appoggio del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi
Comuni interessati	Sovramonte (sede della reception)
Distanza massima Reception-Alloggio	200 metri
Servizio di Ristorazione	L'albergo diffuso offre anche un ristorante comune dove consumare la prima colazione ed i pasti (vengono utilizzati prevalentemente prodotti locali)
Offerta ricettiva della struttura	7 alloggi per 28 posti letto
Offerta ricettiva del territorio	Strutture Alberghiere: 1 struttura Strutture Extra-Alberghiere: 63 strutture
Movimento generato	Presenze 2015: 838 notti
Soddisfazione clienti	Tripadvisor (gen 2017): -Booking (gen 2017): 9/10 per accoglienza, tranquillit� e attivit� (escursioni, eventi, ...)

*Andamento demografico (1951-2016)*



Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati demo.istat

#### 4.1.3 - ALBERGO DIFFUSO VALCELLINA E VAL VAJONT (C)

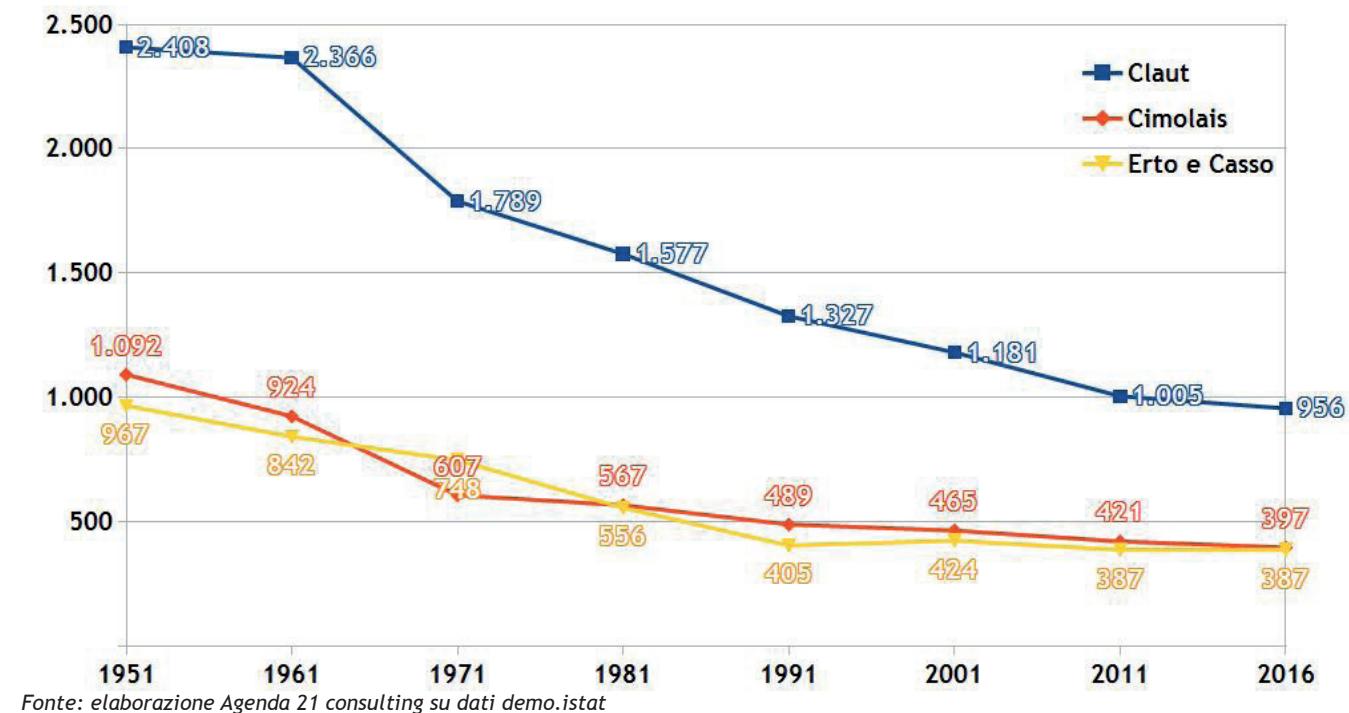
*Carta d'identità della struttura*

Gestione	Società Cooperativa Albergo Diffuso Valcellina e Val Vajont
Anno di inaugurazione	2008
Origine iniziativa	Coinvolgimento dei proprietari da parte dell'amministrazione comunale, ristrutturazioni utilizzando fondi dell'Unione Europea
Comuni interessati	Claut (sede della reception), Cimolais, Erto e Casso
Distanza massima Reception-Alloggio	19,5 km
Servizio di Ristorazione	Non viene offerto il servizio di ristorazione (nemmeno per quanto riguarda la colazione), ma vengono proposte delle convenzioni con i ristoranti locali
Offerta ricettiva della struttura	36 alloggi per 151 posti letto
Offerta ricettiva del territorio	Strutture Alberghiere: 7 strutture Strutture Extra-Alberghiere: 23 strutture
Movimento generato	Presenze 2015: 5.664 notti
Soddisfazione clienti	Tripadvisor (gen 2017): 5/5 per accoglienza, qualità ristrutturazione e prezzo Booking (gen 2017): 9,3/10 per tranquillità e accoglienza

Si tratta di una struttura, inserita nel Parco Naturale delle Dolomiti Friulane, che offre ricettività diffusa all'interno dei borghi storici di Claut, Cimolais, Erto e Casso in caratteristiche abitazioni di montagna; gli alloggi sono situati in ambiente montano ad oltre 600 metri di quota. L'attrattiva principale delle due vallate è costituita dal patrimonio naturale. Si tratta, infatti, di una zona ricca di sentieri naturalistici percorribili a piedi o in bicicletta, più o meno impegnativi, che permettono di raggiungere punti di notevole interesse. Anche in questo territorio è presente un ecomuseo "Il Museo della Casa Clautana", incentrato sulla tradizione architettonica dei borghi coinvolti.

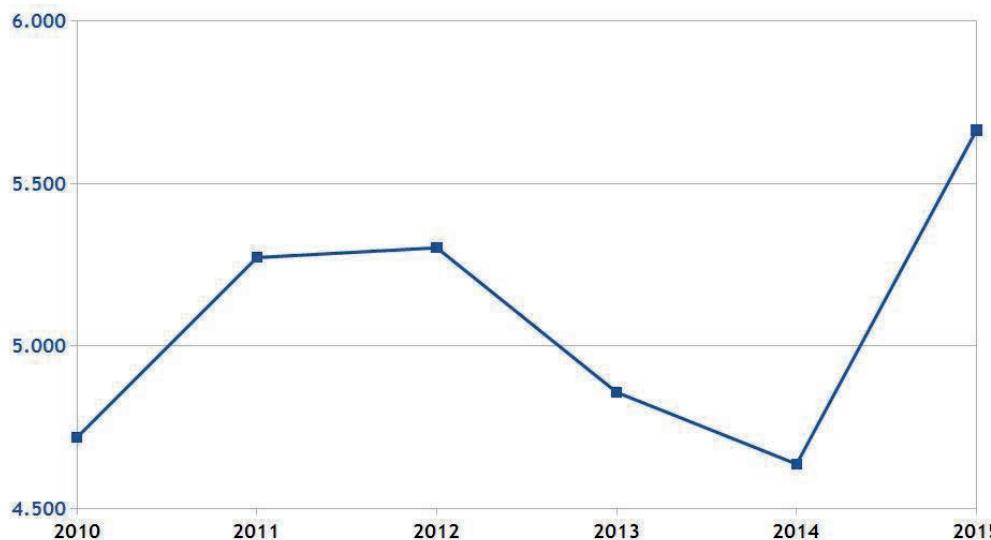
Guardando al trend demografico dei tre comuni interessati dall'albergo diffuso, si nota come l'andamento decrescente intrapreso dagli anni '50 abbia sempre più rallentato nel corso del tempo. La stabilizzazione della popolazione per i comuni di Cimolais ed Erto e Casso è avvenuta negli anni '90 (per un valore pari a circa 400 residenti ciascuno), mentre per quanto riguarda Claut intorno al 2010 (con quasi 950 residenti).

*Andamento demografico (1951-2016)*



Per quanto riguarda il movimento generato dalla struttura ricettiva sul territorio, le presenze turistiche seguono un trend crescente di medio periodo.

#### Presenze (2010-2015)



Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati forniti dalla struttura

#### 4.1.4 - ALBERGO DIFFUSO COMEGLIANS (D)

Si tratta del primo Albergo Diffuso d'Italia, il cui progetto pilota è nato nel 1982 con lo scopo di valorizzare il comprensorio montano locale mediante l'organizzazione di varie attività nel settore turistico, ambientale e artigianale. Le antiche case, cascine e stalle dallo stile tipicamente rurale sono state quindi restaurate rispettando i materiali e l'architettura locali. L'Albergo diffuso presenta un'unica reception con annessa sala colazioni/ristorante, ricavata dalla ristrutturazione della vecchia latteria del paese.

I tre comuni interessati dalla struttura ricettiva mostrano un andamento similare per quanto riguarda la popolazione residente. Il trend decrescente ha iniziato a rallentare a partire

##### Carta d'Identità della struttura

Gestione	Società Cooperativa Albergo Diffuso Comeglians
Anno di inaugurazione	1982
Origine iniziativa	Collaborazione tra privati ed amministrazioni comunali per ottenere l'accesso ai finanziamenti, ristrutturazioni utilizzando fondi dell'Unione Europea
Comuni interessati	Comeglians (sede della reception), Ravasletto, Rigolato
Distanza massima Reception-Alloggio	8,5 km
Servizio di Ristorazione	Prima colazione su richiesta, anche a domicilio
Offerta ricettiva della struttura	25 alloggi per 85 posti letto
Offerta ricettiva del territorio	Strutture Alberghiere: 7 strutture Strutture Extra-Alberghiere: 18 strutture
Movimento generato	Presenze 2015: 5.168 notti
Soddisfazione clienti	Tripadvisor (gen 2017): 4,4/5 per accoglienza, autenticità e paesaggio Booking (gen 2017): 9/10 per accoglienza, posizione e tranquillità

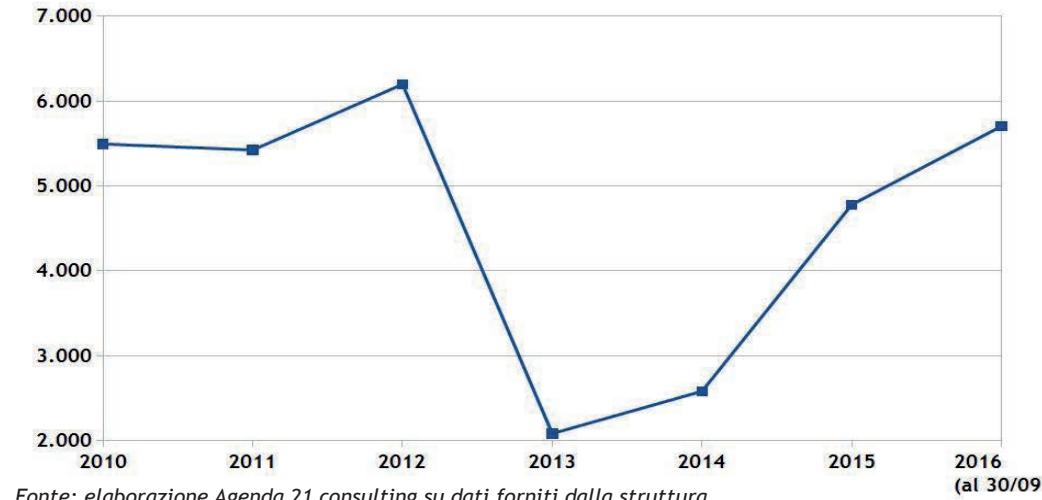


Foto: Comeglians

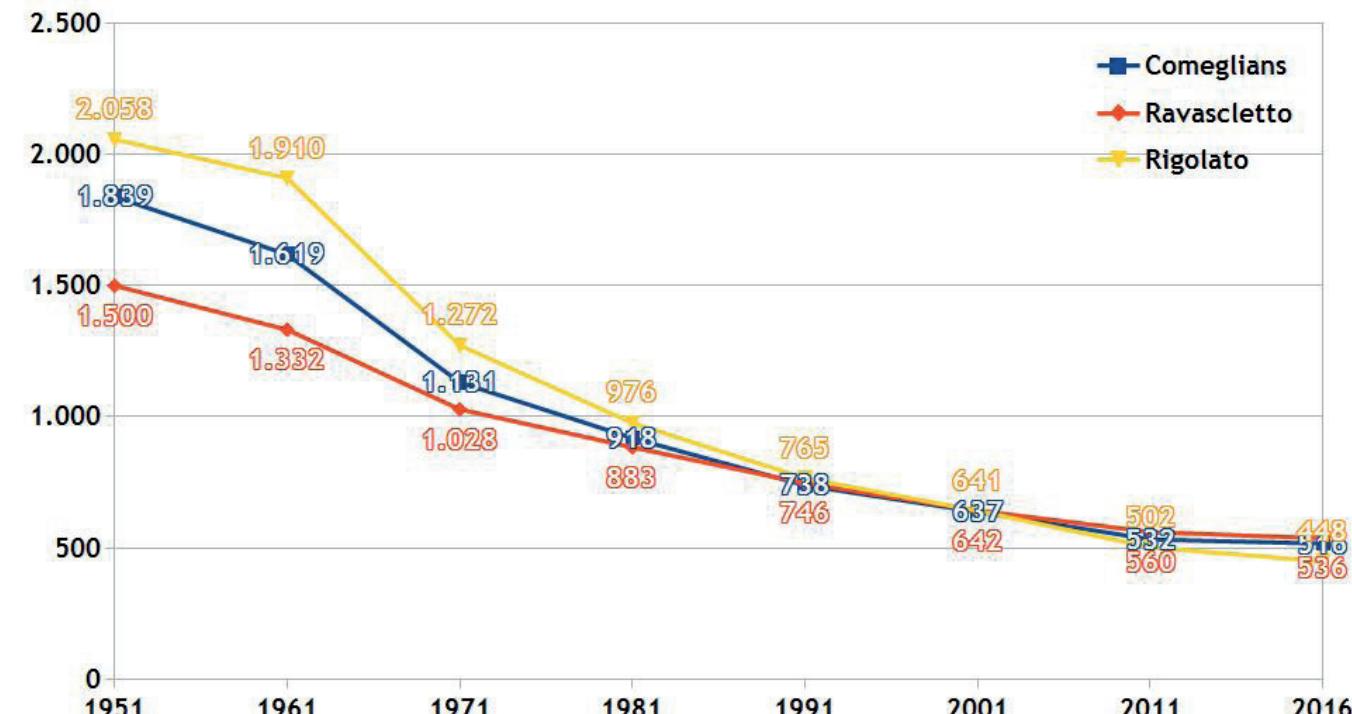
dagli anni '70 per avvicinarsi ad una stabilizzazione nell'ultimo decennio. Attualmente la popolazione si attesta intorno ai 500 residenti per comune. Passando al movimento generato dalla struttura ricettiva sul territorio, le presenze seguono un trend crescente di medio periodo, anche se scontano il forte calo nel 2013 dovuto all'adeguamento della metodologia di rilevazione dei flussi turistici al Regolamento CE n. 692/2011 da parte della Regione Friuli Venezia Giulia. Il nuovo disposto, tra le altre innovazioni, ha escluso dal computo dei movimenti quelli non strettamente riconducibili a motivazioni turistiche o quelli riferibili a soggiorni di lungo termine. Guardando alla stagionalità, invece, si nota come esistano due picchi: quello estivo ad agosto e quello invernale nel periodo dicembre-febbraio (probabilmente generato dal richiamo del comprensorio sciistico dello Zoncolan e dagli eventi legati alle festività natalizie).

Analizzando i dati riferiti alle prenotazioni del 2015 si nota come ci sia un equilibrio tra soggiorni brevi (da 1 a 3 notti), che pesano per poco meno del 50% del totale, e soggiorni medio-lun-

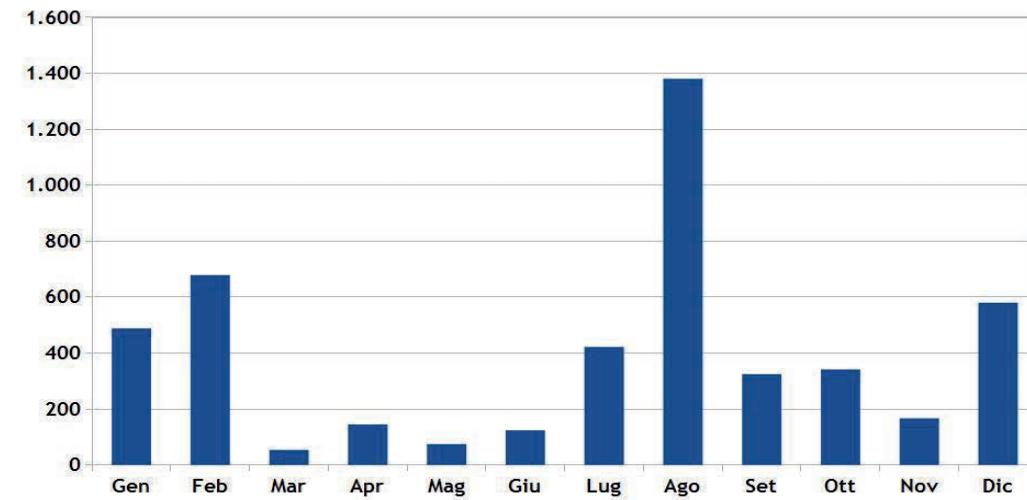
#### Presenze (2010-2016) e Stagionalità (2015)



Andamento demografico (1951-2016)



ghi (circa il 30% per i soggiorni da 4 a 7 notti, 20% per quelli superiori alle otto notti). Per quanto riguarda la provenienza dei clienti che scelgono questa struttura, l'87% dei turisti viene dall'Italia (circa la metà dei quali dal Friuli stesso) ed il 13% dall'estero, soprattutto dall'est Europa e dalla Germania.



#### 4.1.5 - ALBERGO DIFFUSO BORGO SOANDRI (E)

Sutrio si trova alle pendici del Monte Zoncolan, importante polo sciistico, e vicino alle antiche Terme Romane di Arta Terme; ha un centro storico ben restaurato con casette tipiche di legno e sasso e strette viuzze in ciottolato. Il progetto di albergo diffuso è nato come sistema integrato per lo sviluppo dell'intera comunità. Il Comune, infatti, ha promosso la ristrutturazione del manto stradale, lo sviluppo di servizi, incentivato l'apertura di botteghe artigiane e lanciato, assieme alla locale Pro Loco, degli eventi culturali di forte attrattività turistica. Tutte queste attività sono facilitate dal fatto che la società cooperativa che gestisce la struttura è costituita dall'intera comunità locale: il Comune di Sutrio, i proprietari degli appartamenti, i dipendenti di Borgo Soandri e la maggior parte delle attività commerciali di Sutrio (ristoranti, farmacia, fioreria, lavanderia, ...).

*Carta d'Identità della struttura*

Gestione	Borgo Soandri Società Cooperativa a Responsabilità Limitata
Anno di inaugurazione	2000
Origine iniziativa	Coinvolgimento dei proprietari da parte dell'amministrazione comunale, ristrutturazioni utilizzando fondi dell'Unione Europea
Comuni interessati	Sutrio (sede della reception)
Distanza massima Reception-Alloggio	2 km
Servizio di Ristorazione	La colazione viene recapitata a domicilio (cestino di prodotti tipici), mentre per i pasti vengono proposte delle convenzioni con i ristoranti locali
Offerta ricettiva della struttura	44 alloggi per 143 posti letto
Offerta ricettiva del territorio	Strutture Alberghiere: 5 strutture Strutture Extra-Alberghiere: 14 strutture
Movimento generato	Presenze 2015: 10.123 notti
Soddisfazione clienti	Tripadvisor (gen 2017): 4,4/5 per accoglienza, colazione a domicilio e qualità della ristrutturazione Booking (gen 2017): 9,9/10 per qualità ristrutturazione, accoglienza e posizione

Per quanto riguarda il trend della popolazione residente, il comune di Sutrio mostra un andamento decrescente nel corso degli ultimi 60 anni, calo che - negli ultimi decenni - sembra procedere verso una stabilizzazione intorno ai 1.300 residenti.

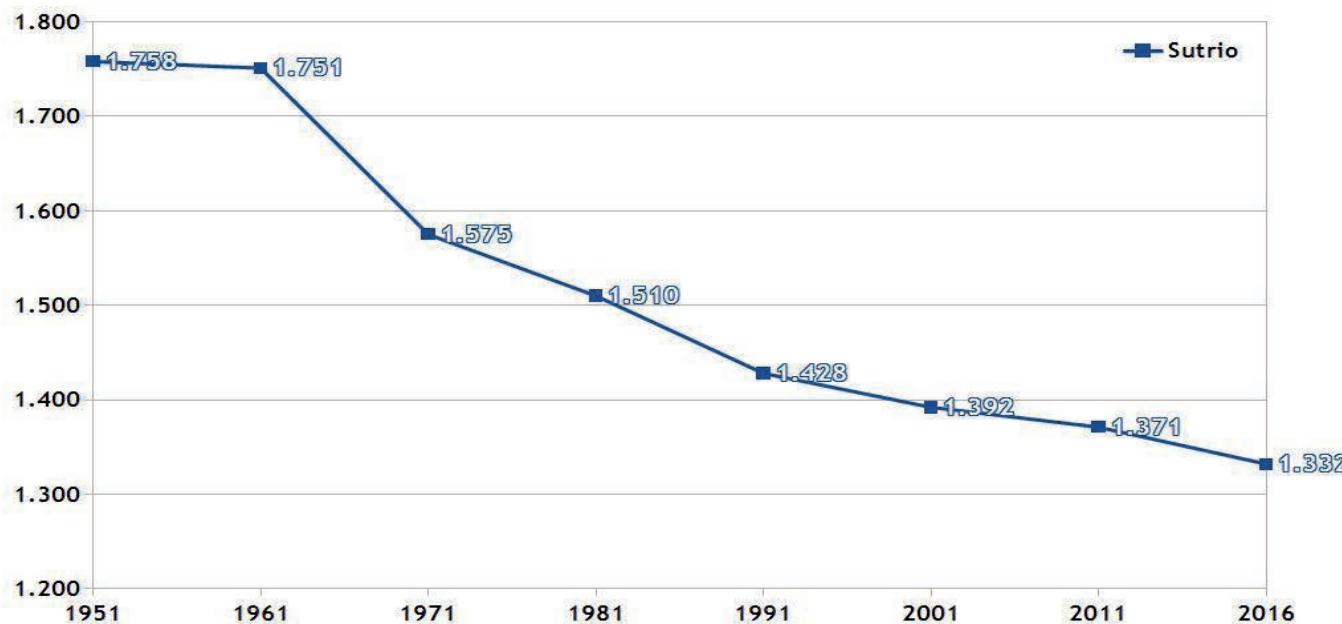


Foto: Albergo Diffuso Borgo Soandri



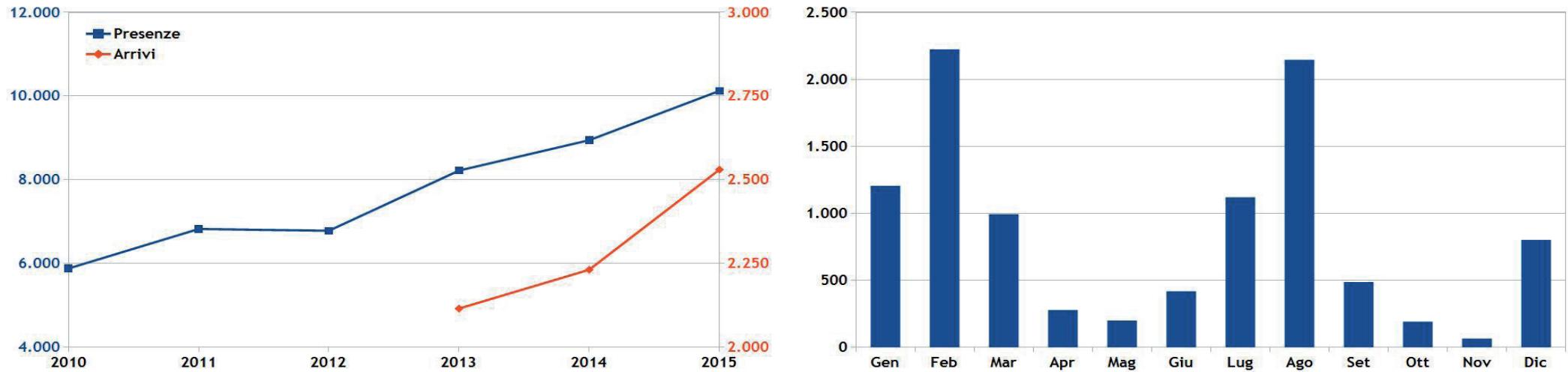
Foto: Albergo Diffuso Borgo Soandri

### Andamento demografico (1951-2016)



Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati demo.istat

### Presenze (2010-2015) e Stagionalità (2015)

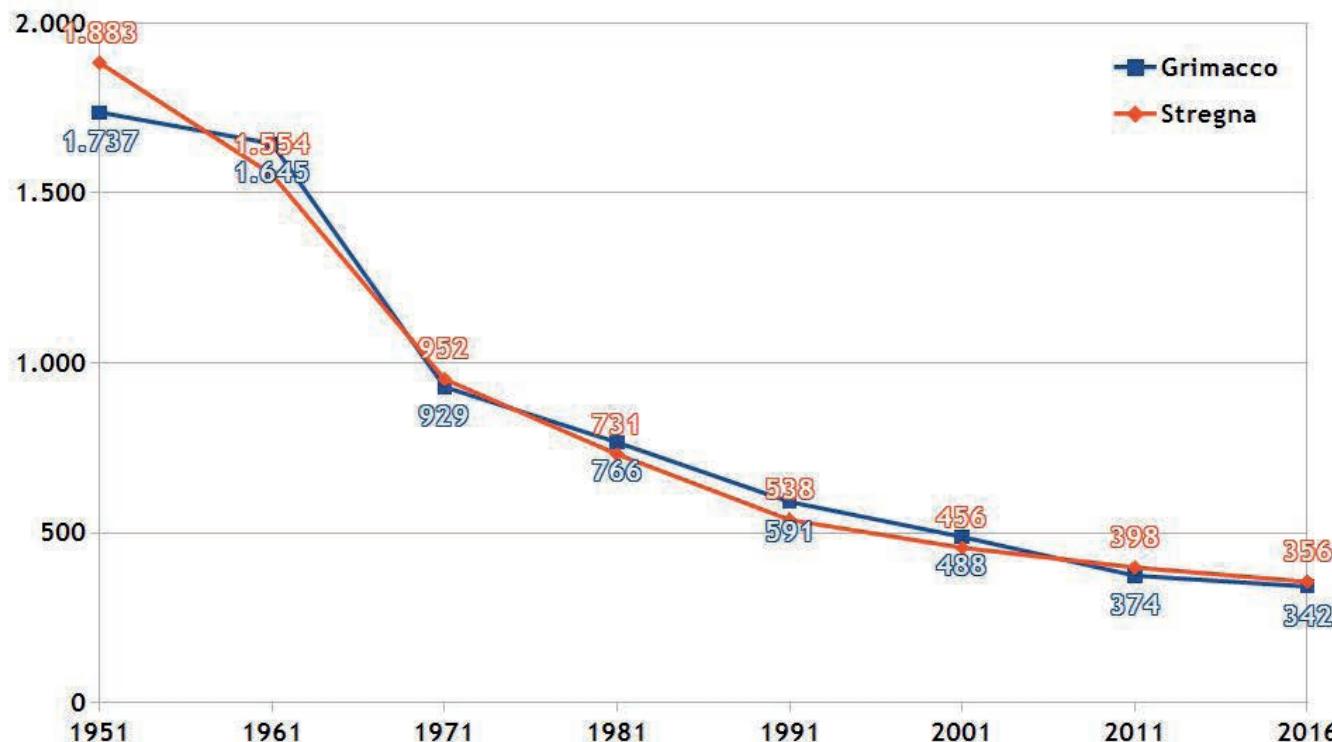


Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati forniti dalla struttura

Guardando, invece, al movimento generato dalla struttura ricettiva sul territorio, sia gli arrivi (attrattività della struttura sul territorio) che le presenze (peso economico del turismo) seguono un trend crescente di medio periodo. Analizzando la stagionalità si nota, infine, come esistano due picchi di pari valore nel corso dell'anno: quello estivo (luglio-settembre) e quello invernale (dicembre-marzo).

#### 4.1.6 - ALBERGO DIFFUSO VALLI DEL NATISONE (SLOW VALLEY) (F)

*Andamento demografico (1951-2016)*



Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati demo.istat

*Carta d'Identità della struttura*

Gestione	Società Cooperativa Albergo Diffuso Valli del Natisone
Anno di inaugurazione	2009
Origine iniziativa	Coinvolgimento dei proprietari da parte dell'amministrazione comunale, ristrutturazioni utilizzando fondi dell'Unione Europea
Comuni interessati	Grimacco (sede della reception), Stregna
Distanza massima Reception-Alloggio	10 km
Servizio di Ristorazione	Non viene offerto il servizio di ristorazione (nemmeno per quanto riguarda la colazione), ma vengono proposte delle convenzioni con i ristoranti locali
Offerta ricettiva della struttura	17 alloggi per 106 posti letto
Offerta ricettiva del territorio	Strutture Alberghiere: 1 struttura Strutture Extra-Alberghiere: 21 strutture
Movimento generato	Presenze 2015: 2.397 notti
Soddisfazione clienti	Tripadvisor (gen 2017): 4,3/5 per accoglienza, tranquillità e posizione Booking (gen 2017): -

L'albergo diffuso è inserito in un paesaggio collinare e prealpino, con piccoli gruppi di case che si alternano a boschi, in prevalenza di castagno e faggio, ed ampi prati. Le borgate e le baite dove sono situati gli alloggi sono ben servite da una strada turistica che, rimanendo sempre in quota, permette di raggiungere agevolmente sia la Slovenia che le mete turistiche più interessanti del Friuli Venezia Giulia. Sul territorio è attivo un ecomuseo (Museo del Paesaggio e della Narrazione).

Entrambi i comuni interessati dalla struttura ricettiva mostrano un forte calo della popolazione residente fino agli anni '70; andamento decrescente che poi rallenta per stabilizzarsi, nell'ultimo periodo, intorno ai 350 residenti a testa nei due comuni.

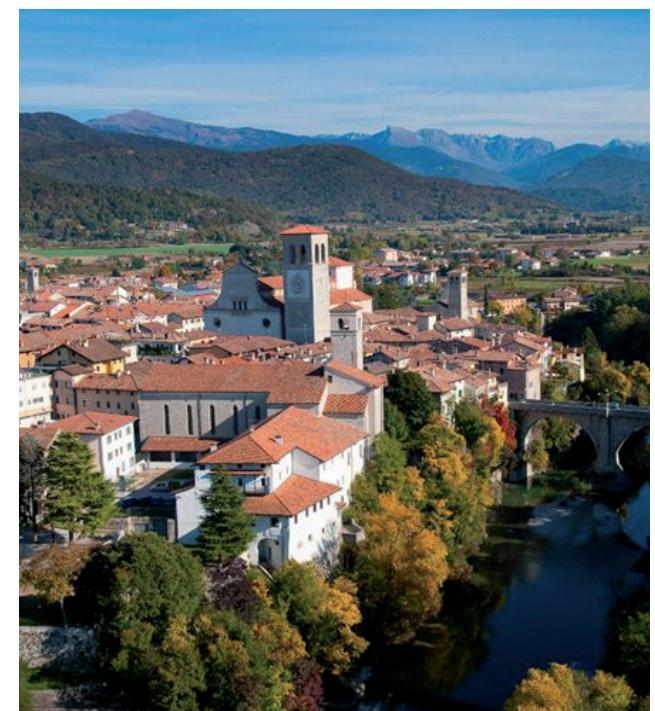
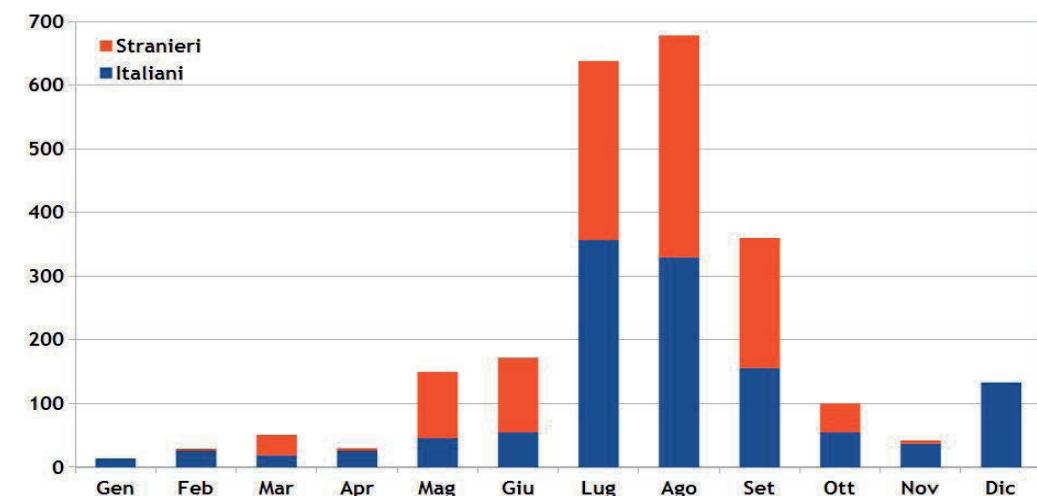
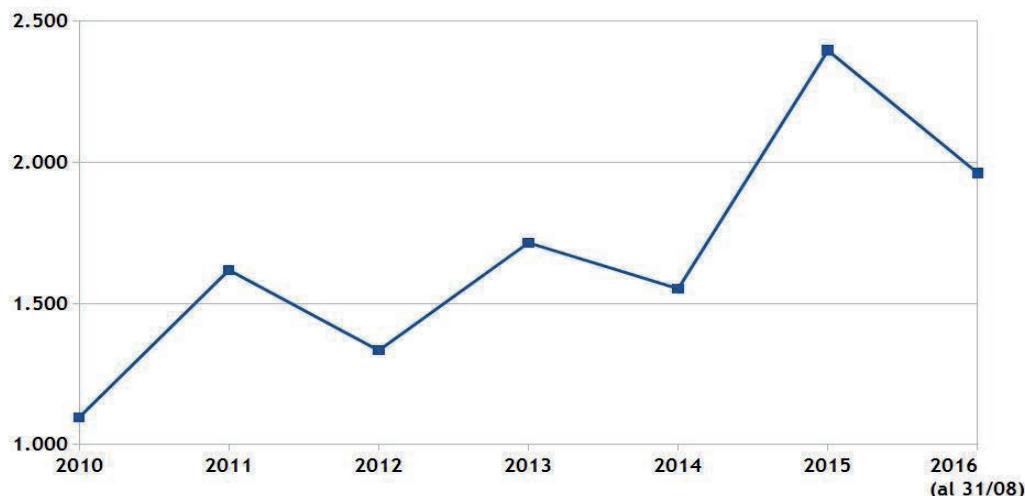


Foto: Cividale e Valli del Natisone

Per quanto riguarda il movimento generato dalla struttura ricettiva sul territorio, si osserva che le presenze sono in crescita nel medio periodo; con una componente straniera che praticamente equivale a quella italiana. Guardando alla stagionalità si nota come le visite si concentrino nei mesi estivi (luglio-settembre); con un piccolo strascico nel mese di dicembre, composto esclusivamente da flussi turistici nazionali (probabilmente dovuto ai mercatini ed agli eventi organizzati per le festività natalizie).

#### *Presenze (2010-2016) e Stagionalità (2015)*



Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting su dati demo.istat

#### **4.1.7 - CONCLUSIONI**

Dall'analisi delle sei buone pratiche sopra esposte emergono alcune considerazioni generali:

- Considerate singolarmente, le attrattive locali - sia storiche che naturali - non sembrano rappresentare la caratteristica principale che determina la scelta di una struttura di ospitalità diffusa rispetto ad una struttura ricettiva tradizionale. Infatti, per la gran parte degli ospiti che hanno lasciato una recensione riguardante i casi analizzati, l'aspetto che li ha maggiormente colpiti è legato al profilo dell'accoglienza: l'interconnessione tra l'ospitalità della comunità locale, il luogo caratteristico ed il paesaggio circostante.
- Nei casi analizzati, si individuano due tipologie di origine delle iniziative di ospitalità diffusa: un'amministrazione locale che si attiva, coinvolgendo i privati del proprio territorio nell'iniziativa (come nei casi friulani); oppure una forte intraprendenza dei privati, nel mantenere vivo e valorizzare il proprio territorio dal punto di vista turistico (come nel caso bellunese ed in quello bergamasco).
- In tutte le buone pratiche prese in considerazione la modalità gestionale prescelta è la cooperativa, salvo per il caso dell'Albergo Diffuso di Faller che è gestito tramite una associazione.

· La distanza tra la reception e gli alloggi è molto variabile e dipende principalmente dalla normativa regionale di riferimento. Ad esempio, in Friuli Venezia Giulia la legge richiede agli Alberghi Diffusi un minimo di 80 posti letto, limite difficile da rispettare solamente con gli alloggi a breve distanza dalla reception.

Le considerazioni sopra riportate confermano che non esiste un "modello vincente" univoco che può essere applicato ad ogni territorio, ma - come riportato nel paragrafo successivo - possono essere individuati degli aspetti comuni tra i casi di successo analizzati, che potrebbero determinare il successo o meno di una iniziativa di ospitalità diffusa.

## 4.2 - COSTRUZIONE DEL MODELLO

Il modello di valutazione del territorio è stato costruito sulla base di una serie di indicatori che sono stati scelti seguendo una metodologia di ricerca composta da tre fasi. In primo luogo sono stati definiti i domini teorici che sono comunemente riconosciuti come importanti nella scelta del luogo ideale dove far nascere una struttura di ospitalità diffusa. La fase successiva ha riguardato la definizione delle caratteristiche principali che delineano i domini teorici, per passare infine alla ricerca di possibili indicatori descrittivi di queste caratteristiche.

La principale unità statistica di rilevazione è costituita dal territorio comunale e l'indagine è stata condotta con le seguenti modalità: i caratteri statistici rilevati sono sia di tipo qualitativo che quantitativo; la rilevazione è stata compiuta da remoto ed ha privilegiato l'utilizzo della rete come strumento per la raccolta dei dati; i dati raccolti sono stati sottoposti ad una verifica di affidabilità prima di essere elaborati. Il risultato dell'analisi è riportato nella tabella seguente.

### *Domini, caratteristiche ed indicatori individuati*

Dominio	Caratteristica	Indicatori	Fonte
I) Presenza di un contesto territoriale a vocazione turistica, culturale o ambientale	Hotspot Naturali Hotspot Culturali (Materiali e Immateriali) Hotspot Produzioni Tipiche Hotspot Outdoor Numerosità degli alloggi coinvolti Numerosità dei posti letto offerti Distanza tra la reception e gli alloggi	Media per tipologia Media per tipologia Numerosità Tipologie Numerosità	Elaborazione propria sulla base di una ricerca da remoto sui siti web delle strutture, dei comuni e delle organizzazioni di promozione turistica locali. I dati utilizzati sono quelli che un ipotetico visitatore è in grado di reperire in rete senza un impegno eccessivo. Siti web delle strutture ricettive Siti web delle strutture ricettive
II) Presenza di un contesto abitativo idoneo per la collocazione delle strutture di accoglienza	Strutture alberghiere Offerta turistica generale Accessibilità stradale Accessibilità ferroviaria Attività artigianali e di servizio al turista Attività agricole caratteristiche Attività di allevamento caratteristiche	Numerosità Densità ricettiva Ricettività Distanza dal capoluogo Distanza dalla stazione ferroviaria più vicina % sul totale delle imprese % sul totale delle imprese agricole % sul totale delle imprese di allevamento	Siti web delle strutture ricettive ISTAT ISTAT ISTAT Elaborazione propria Elaborazione propria ISTAT ISTAT ISTAT
III) Presenza di un contesto concorrenziale non troppo complesso	Servizio di ristorazione Sicurezza Strutture sanitarie	Concentrazione delle attività di ristorazione Distanza dalla caserma dei carabinieri più vicina Distanza dalla farmacia più vicina	ISTAT Elaborazione propria Elaborazione propria
IV) Presenza di una offerta comprensiva di servizi di base per il turista	Densità abitativa del comune/ dei comuni Presenza di un Ecomuseo sul territorio	Densità abitativa Ecomusei presenti	ISTAT Elaborazione propria
V) Presenza di un numero di abitanti limitato, ma sufficiente a garantire la possibilità di instaurare rapporti con la comunità locale			

*Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting srl*

Per il calcolo degli indicatori sopra riportati sono state utilizzate le seguenti variabili:

**Variabili utilizzate nella costruzione del modello**

ID	Variabile	Descrizione
A	Residenti	Numero della popolazione residente nel comune al 2016.
B	Superficie	Estensione del comune.
C	Imprese artigiane e servizi al turista	Approssimazione della tipologia artigiana utilizzando le seguenti classi ATECO: 10-Industrie alimentari; 13-Industrie tessili; 14-Articoli di abbigliamento; 15-Articoli in pelle; 16-Industria del legno; 25-Altri prodotti da minerali; 28-Macchinari ed apparecchiature; 31-Mobili; 32-Altro manifatturiero; 47-Commercio al dettaglio; 58-Attività editoriali; 77-Attività di noleggio; 79-Tour Operator; 90-Attività artistiche; 93-Attività sportive.
D	Totale imprese	Totale delle imprese sul territorio comunale.
E	Totale imprese agricole	Totale delle imprese agricole sul territorio comunale.
F	Imprese agricole caratteristiche	Totale delle imprese agricole biologiche, DOP e IGP.
G	Totale imprese di allevamento	Totale delle imprese di allevamento sul territorio comunale.
H	Imprese di allevamento caratteristiche	Totale delle imprese di allevamento biologiche, DOP e IGP.
I	Strutture alberghiere	Totale delle strutture alberghiere presenti sul territorio comunale.
J	Strutture extra-alberghiere	Totale delle strutture extra- alberghiere presenti sul territorio comunale.
K	Posti Letto alberghieri	Totale dei posti letto offerti dalle strutture alberghiere.
L	Posti Letto extra-alberghieri	Totale dei posti letto offerti dalle strutture extra-alberghiere.
M	Alloggi AD	Numero degli alloggi offerti dalla struttura diffusa.
N	Posti Letto AD	Numero dei posti letto offerti dalla struttura diffusa.
O	Distanza massima AD	Distanza massima in metri tra la reception e l'alloggio più lontano.
P	Distanza dal capoluogo	Distanza dal capoluogo di provincia in chilometri.
Q	Tipo di strada	Autostrada, SS hanno valore 1; SP e strade comunali hanno valore 2.
R	Distanza dalla ferrovia	Distanza dalla stazione ferroviaria più vicina.
S	Sicurezza	Distanza dalla caserma dei carabinieri più vicina.
T	Strutture sanitarie	Distanza dalla farmacia più vicina.
U	Ristorazione	Numerosità delle strutture legate alla ristorazione sul territorio comunale.
V	Ecomusei	Presenza di Ecomusei (vedi paragrafo dedicato) sul territorio.
W	Hotspot Naturali	Parchi, aree protette, paesaggi riconoscibili, punti panoramici, siti di pregio di biodiversità.
X	Hotspot Culturali	Luoghi, itinerari culturali, musei, eventi folkloristici, siti e manufatti di importanza storica.
Y	Hotspot Enogastronomici	Prodotti tipici, filiere produttive tradizionali, presidi Slow Food.
Z	Hotspot Outdoor	Escursionismo, bicicletta, sci da fondo, sci da discesa, sci alpinismo, ciaspole, pattinaggio su ghiaccio, arrampicata, vie ferrate, canyoning, pesca, equitazione, parapendio, altro, ...

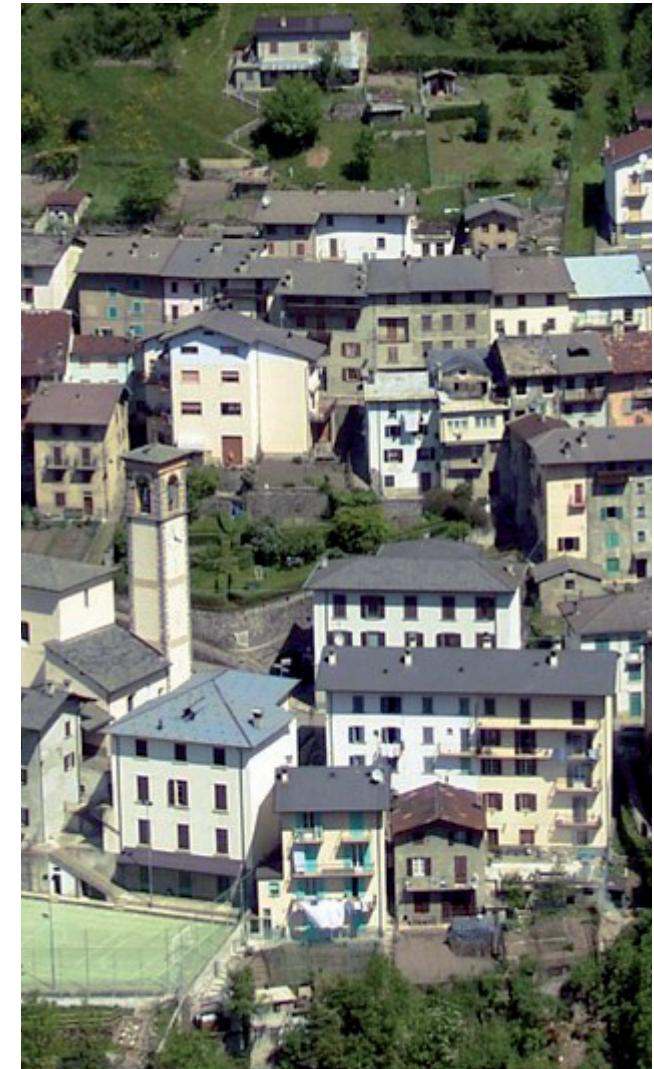


Foto: Ornica centro. Fonte :[www.valbrembanaweb.it](http://www.valbrembanaweb.it)

#### 4.2.1 - ESEMPI DI APPLICAZIONE DEL MODELLO

Per costruire il modello di valutazione si è scelto di utilizzare il migliore risultato ottenuto dall'analisi delle buone pratiche, descritte al paragrafo precedente, come benchmark. L'ultimo step riguarderà la rappresentazione del “gap” o del “surplus” dei diversi territori del BIM del Brenta analizzati per quanto riguarda i vari domini rispetto al miglior benchmark preso in considerazione. I dati delle caratteristiche dei cinque domini saranno aggregati attraverso una media aritmetica semplice, questo sistema a pesi uniformi è stato utilizzato in quanto non si è voluto dar un peso maggiore a nessuna delle caratteristiche considerate.

La tabella seguente riporta il risultato ottenuto dalle sei realtà prese in considerazione nelle caratteristiche analizzate ed il risultato “pesato” dei cinque domini.

*Risultati ottenuti dalle Buone Pratiche per dominio*

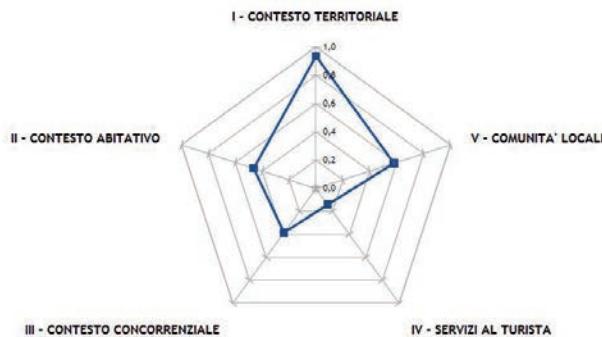
Domini		Best Practice analizzate					
		A	B	C	D	E	F
I) CONTESTO TERRITORIALE	Hotspot Naturali	1,00	0,43	0,74	0,57	0,26	0,43
	Hotspot Culturali	0,74	0,94	0,54	1,00	0,54	0,81
	Hotspot Produzioni Tipiche	1,00	1,00	0,69	0,60	0,20	0,55
	Hotspot Outdoor	1,00		0,78	1,00	0,89	0,78
II) CONTESTO ABITATIVO	Numerosità degli alloggi coinvolti	0,11		0,16	0,82	0,57	1,00
	Numerosità dei posti letto offerti	0,32	0,46	0,19	0,44	1,00	0,61
	Distanza tra la reception e gli alloggi	0,96		0,99	0,00	0,56	0,60
III) CONTESTO CONCORRENZIALE	Numerosità strutture alberghiere	0,86		0,86	0,00	0,00	0,29
	Densità ricettiva generale	0,08	0,38	0,52	0,64	0,10	0,21
	Ricettività generale	0,22		0,54		0,52	1,00
IV) SERVIZI AL TURISTA	Accessibilità stradale	0,04		0,29		0,29	0,00
	Accessibilità ferroviaria	0,00		0,55		0,55	0,36
	Attività artigianali e di servizio al turista	1,00		0,47		0,45	0,45
	Attività agricole caratteristiche	0,00	0,14	1,00	0,57	0,23	0,00
	Attività di allevamento caratteristiche	0,00		0,62	1,00	0,49	0,14
V) COMUNITÀ LOCALE	Servizio di ristorazione	0,08		0,31		0,08	0,27
	Sicurezza	0,00		0,33		0,33	0,00
	Strutture sanitarie	0,00		1,00		1,00	0,00
	Densità abitativa	0,16	0,58	0,44	0,22	0,08	0,30
	Ecomusei	1,00		0,00	1,00	0,54	0,15

*Fonte: elaborazione Agenda 21 consulting*

Per facilitare la lettura dei risultati sarà utilizzato un diagramma di Kiviat (altrimenti detto “grafico a stella”) che evidenzia il valore ottenuto da un determinato territorio in rapporto alla best practice: maggiore è l'area del poligono, migliore è il risultato.

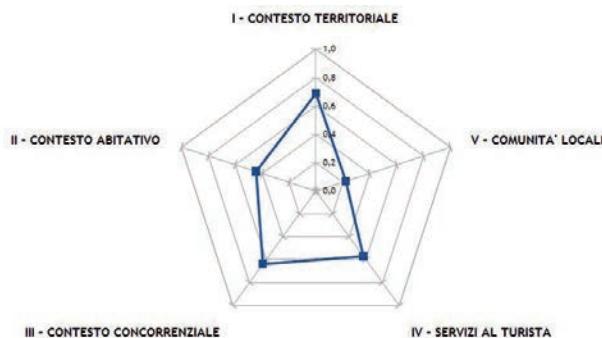
Come esempio, di seguito riportiamo i risultati ottenuti nel modello di valutazione dai sei casi analizzati in questo capitolo.

*Il risultato ottenuto dai sei benchmark analizzati*



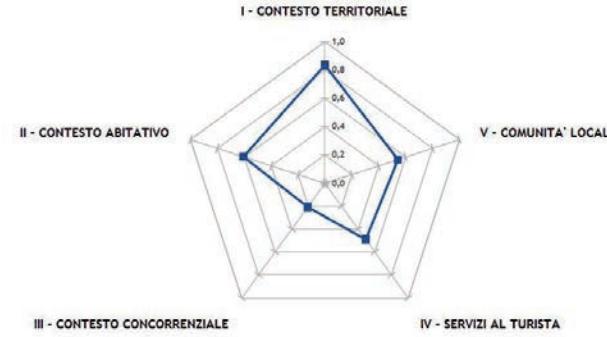
#### **ALBERGO DIFFUSO ORNICA**

Ha il contesto territoriale migliore tra i sei casi analizzati, anche se dispone di minori servizi da offrire al turista rispetto alle altre aree. La presenza di un Ecomuseo mitiga la bassa densità abitativa del comune.



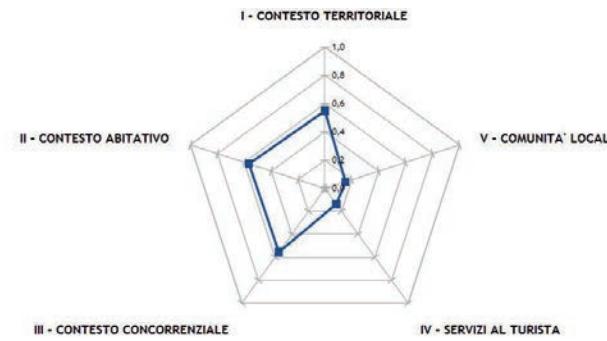
#### **ALBERGO DIFFUSO FALLER**

La struttura bellunese ha ottenuto un valore nella media in quattro degli ambiti analizzati, l'unica carenza del territorio è dovuta alla caratteristica legata alla comunità locale.



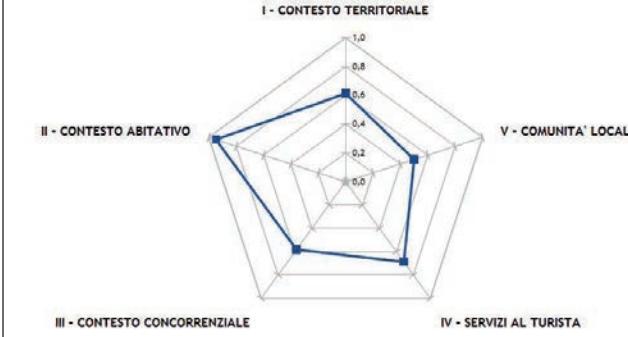
#### **ALBERGO DIFFUSO VALCELLINA E VAL VAJONT**

A fronte di un contesto concorrenziale svantaggioso rispetto agli altri casi analizzati, il territorio mostra ottimi valori in fatto di offerta turistica e di hotspot locali.



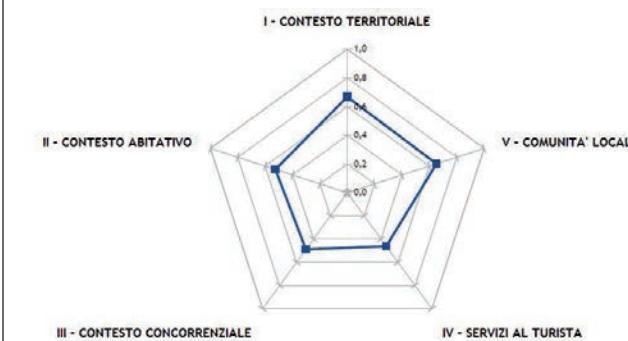
#### **ALBERGO DIFFUSO COMEGLIANS**

I domini strettamente legati agli hotspot locali ed all'offerta turistica sono buoni. Il territorio pecca un po', rispetto agli altri casi analizzati, in fatto di servizi al turista e di valorizzazione della comunità locale.



#### **ALBERGO DIFFUSO BORGO SOANDRI**

L'area di Sutrio è quella che ha ottenuto il risultato migliore, considerando complessivamente i cinque domini analizzati. L'offerta ricettiva è molto concentrata nel borgo.



#### **ALBERGO DIFFUSO VALLI DEL NATISONE**

Le Valli del Natisone ottengono risultati nella media in tutti gli ambiti. Insieme all'Albergo Diffuso Borgo Soandri risulta il caso analizzato migliore, ed il più equilibrato in tutti i domini. L'offerta ricettiva è sparsa su un territorio molto ampio.

## 5 - LA RICERCA-AZIONE SUL TERRITORIO

### 5.1 - METODOLOGIA E RICERCA

L'attività di ricerca-azione sul territorio è stata condotta per Ambiti Turistici, ovvero quelle aree su cui operano le Aziende per il Turismo (ApT) con il compito principale di valorizzare e promuovere le risorse territoriali in chiave turistica. Per legge (D.G.P. n. 3026 del 30 dicembre 2005) esse svolgono anche il ruolo di intermediari commerciali dei pacchetti turistici del Trentino, fungendo in pratica da Destination Management Organization (DMO), e contemporaneamente da Destination Management Company (DMC). Come DMO, le ApT hanno la disponibilità di database dettagliati e informazioni capillari sulla potenziale offerta turistica del territorio, e si fanno esse stesse promotrici di progetti di sviluppo di club di prodotto turistico o di particolari iniziative di ampio respiro. Come DMC rappresentano un punto di vista privilegiato sulla domanda turistica, essendo di fatto le vetrine naturali a cui rivolgersi per soddisfare la propria domanda di vacanza. Per questo motivo, quindi, sia come ambiti omogenei di raccolta dati sia come fonti del dato stesso, le ApT risultano una buona chiave di lettura per gli obiettivi di questo studio.

Gli Ambiti Turistici analizzati sono tre: ApT Altipiani Cimbrai, ApT Valsugana (comprendendo anche il Compressoio Altopiano della Vigolana, che è fuori ambito) ed ApT Primiero. Si è deciso di escludere dalla ricerca-azione l'ambito ApT di Fiemme, considerando che il solo Comune di Ziano di Fiemme ricade sotto il suo ambito e contemporaneamente in quello del BIM del Brenta. Per le diverse dinamiche che interessano la Val di Fiemme - sia di posizionamento sul mercato del turismo, sia di contesto - si è ritenuto che questa scelta potesse meglio soddisfare gli obiettivi dello studio, senza snaturarne gli obiettivi.

L'obiettivo primario della ricerca riguarda l'individuazione di un inventario di hotspot turistici che caratterizzano il territorio in termini di attrattività turistica: hotspot naturali, hotspot culturali (materiali ed immateriali), hotspot legati alle produzioni tipiche e hotspot outdoor. Queste emergenze/tipicità rappresentano gli asset territoriali necessari allo sviluppo dell'offerta di turismo rurale alla base dello sviluppo di una ospitalità diffusa.

La raccolta delle informazioni e dei dati si è svolta con la metodologia di lavoro chiamata ricerca-azione, cioè attraverso il coinvolgimento diretto di tre categorie di attori del territorio, attraverso interviste e scambio di documenti. Per quanto riguarda il territorio del BIM del Brenta, i soggetti coinvolti sono stati:

- i Comuni appartenenti al Consorzio (33);
- le 3 ApT interessate (Valsugana Lagorai; San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi; Alpe Cimbra - Folgaria, Lavarone e Luserna) ed il Consorzio Turistico Vigolana;
- alcuni testimoni privilegiati (associazioni, ecomusei, consorzi, cooperative) interessati allo sviluppo di un progetto direttamente o indirettamente collegabile all'ospitalità diffusa nei rispettivi territori.

Alle 33 amministrazioni comunali interessate è stato inviato un modulo di raccolta dati denominato "Scheda di Mappatura Comuni" con l'obiettivo di catalogare i dati a livello comunale relativamente ad hotspot turistici ed immobili. I dati raccolti sono stati poi integrati con i database forniti dalle ApT,

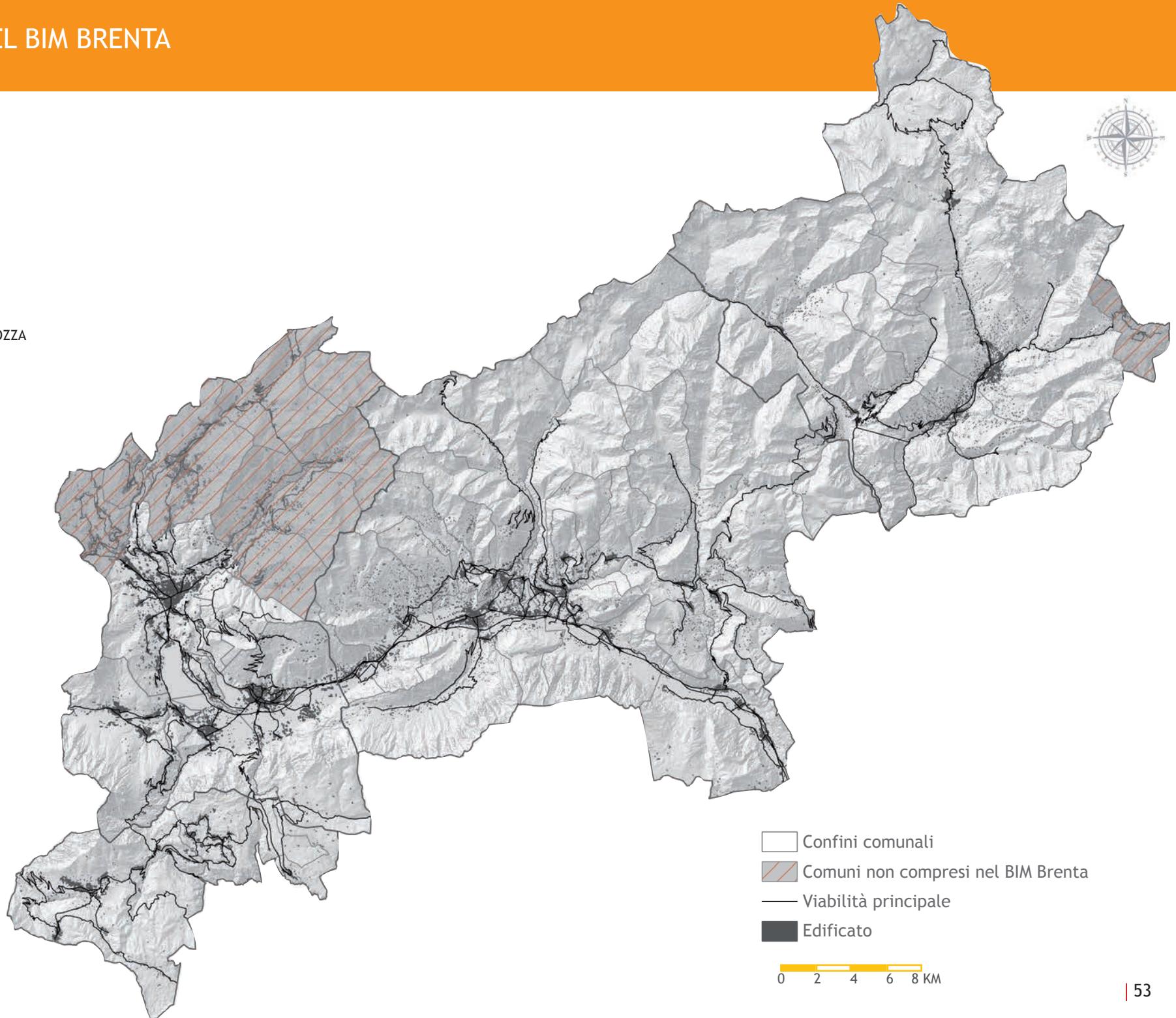
dall'ISPAT o presenti nei documenti di pianificazione del territorio (principalmente nei Piani Territoriali di Comunità). Un'importante premessa metodologica alla lettura dei dati e delle analisi successive riguarda l'incapacità di molte statistiche di fotografare la reale offerta turistica del territorio dovendo scontare la cosiddetta economia sommersa, ovvero tutte quelle strutture che accolgono turisti ma non effettuano alcuna dichiarazione.

Per fornire una interpretazione qualitativa a questo dato, sono stati poi fissati una serie di appuntamenti con i Direttori e/o i Presidenti delle ApT, del Consorzio Turistico Vigolana, con alcuni Comuni che hanno manifestato l'interesse ad un incontro e con i testimoni privilegiati. Inoltre, con l'intento di avere un chiaro quadro dell'esistente, sono state selezionate e analizzate le principali e più interessanti iniziative legate al turismo rurale che, a vario titolo, possono influenzare positivamente lo sviluppo dell'ospitalità diffusa sul territorio del BIM Brenta. Una considerazione più approfondita sul progetto Vacanze in Baita, sul ruolo degli Ecomusei e del mondo delle Malghe è, quindi, parsa utile per completare la lettura del territorio.

A conclusione della ricerca-azione, integrando il dato quantitativo e le analisi qualitative descritte, sono stati perimetinati degli ambiti omogenei potenzialmente più vocati rispetto ad altri allo sviluppo dell'ospitalità diffusa: i sub-ambiti.

## IL TERRITORIO DEL BIM BRENTA

ALTOPIANO DELLA VIGOLANA  
CALCERANICA  
CALDONAZZO  
LEVICO TERME  
PERGINE VALSUGANA  
TENNA  
VIGNOLA FALESINA  
CANAL SAN BOVO  
IMER  
MEZZANO  
PRIMIERO SAN MARTINO DI CASTROZZA  
ZIANO DI FIEMME  
FOLGARIA  
LAVARONE  
LUSERNA  
BIENO  
BORGIO VALSUGANA  
CARZANO  
CASTEL IVANO  
CASTELLO TESINO  
CASTELNUOVO  
CINTE TESINO  
GRIGNO  
NOVALEDO  
OSPEDALETTO  
PIEVE TESINO  
RONCEGNO TERME  
RONCHI VALSUGANA  
SAMONE  
SCURELLE  
TELVE  
TELVE DI SOPRA  
TORCEGNO



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM

## 5.2 - L'AMBITO TURISTICO ALTIPIANI CIMBRI

L'Altopiano di Folgaria, Lavarone e Luserna è connotato da una forte impronta del comparto turistico, che si riflette sul tessuto economico e sociale, e sul paesaggio. L'incontro con il presidente dell'ApT Altipiani Cimbra è servito a focalizzare l'attenzione su alcuni aspetti di problematicità per lo sviluppo turistico dell'intero ambito che conta oggi circa 25.000 posti letto, di cui un quinto da alberghi e altre strutture certificate ed il restante da alloggi privati e seconde case. Infatti, secondo il rapporto Lega Ambiente 2009, Folgaria (con il 71%) e Lavarone (con il 79%) sono tra i primi cinque comuni trentini a maggior incidenza di seconde case sul totale delle abitazioni. Uno sviluppo urbanistico, partito negli anni Sessanta, che vede il più importante picco di concessioni edilizie a cavallo dei primi anni Settanta, una ripresa negli anni Ottanta con uno strascico fino ai primi anni Duemila. Questo fenomeno, anche se in un primo momento aveva garantito introiti per i residenti e liquidità alle casse municipali, ha generato drastiche implicazioni socio-economiche e paesaggistiche emerse fortemente con il cambio delle dinamiche della domanda turistica degli ultimi anni. Di fatto, come conferma anche il presidente dell'ApT, è stato utilizzato gran parte del territorio disponibile, togliendo spazio alle abitazioni per i residenti e facendo lievitare di molto il prezzo dei pochi terreni ancora fruibili. Si sono creati interi "villaggi fantasma" che contribuiscono ad alimentare il deperimento di alcuni paesi già fortemente segnati dallo spopolamento. Un patrimonio edilizio che, per dimensioni, è confrontabile a cittadine con popolazione dieci volte superiore, creando costi pubblici in termini di servizi, non indifferenti. Inoltre, la sproporzione tra alloggi vacanza e posti letto alberghieri, implica notevoli ripercussioni sulla fruizione turistica del territorio.

Emerge quindi la necessità di saper trasformare questa problematicità in opportunità, mettendo in rete le proprietà a scopo commerciale. Una prima indagine del 2014 ha confermato che la "seconda casa" è stata principalmente costruita/acquistata quale forma d'investimento di famiglie a medio-alto reddito e come tipologia di vacanza "sicura". Oggi, però, i livelli di occupazione degli immobili sono molto bassi rispetto a venti o trent'anni fa e, di rado, hanno beneficiato di interventi riqualificativi. Generalmente si riscontra una scarsa propensione all'affitto (tipicità italiana in generale) inoltre, l'alloggio non è stato costruito per essere poi affittato, quindi presenta una distribuzione degli spazi meno appetibile per l'eventuale turista locatario. In generale è praticamente assente la gestione imprenditoriale diretta o delegata per gli affitti delle seconde case. In una seconda fase vengono inviate 4.500 lettere direttamente ai proprietari presso il domicilio di residenza. Si tratta di un primo questionario cui rispondono circa 150 persone, ma solo il 10% di queste si rende disponibile a mettere in rete il proprio appartamento.

Un approccio più sistematico all'ospitalità diffusa sembra rappresentare la chiave di volta per la valorizzazione del territorio e delle sue potenzialità attrattive. Per questo motivo oltre all'ApT, anche le altre istituzioni del territorio, si stanno muovendo negli ultimi anni a diverso titolo per verificarne la fattibilità.

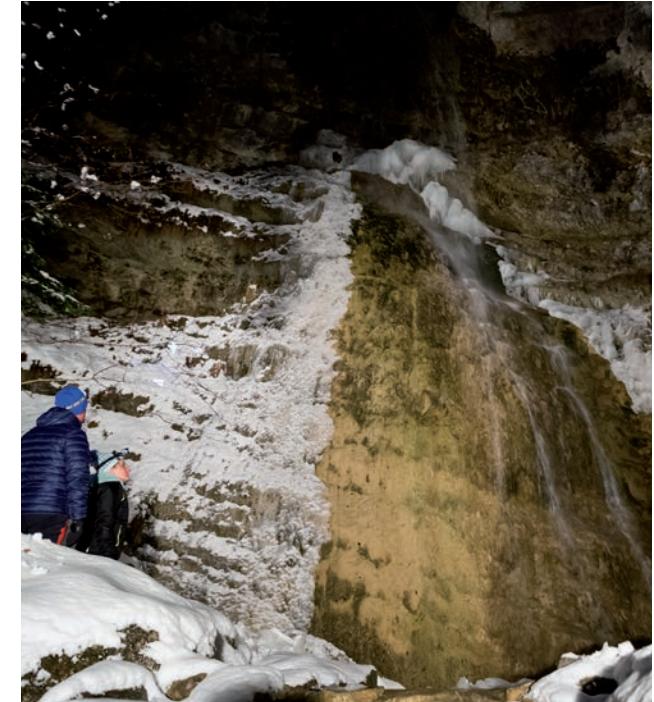


Foto: Cascata dell'Hofentol- GuardiaAPT Alpe Cimbra

*L'Altopiano dei Cimbra presenta una densità di hotspot ben distribuita in relazione alla capacità ricettiva dei tre Comuni. Il comparto extra-alberghiero delle seconde case e degli alloggi privati però risulta pesantemente sproporzionato rispetto alle altre categorie, soprattutto per i due Comuni più grandi. Gli hotspot legati ai siti culturali sono legati principalmente al tematismo della Grande Guerra, come testimoniano anche la presenza di importanti percorsi come il Tour dei Forti e il Sentiero della Pace, e rappresentano anche la categoria di hotspot meglio distribuita sul territorio. Di fatto quasi insignificante la potenziale offerta di turismo naturalistico nella parte di Lavarone e Luserna.*

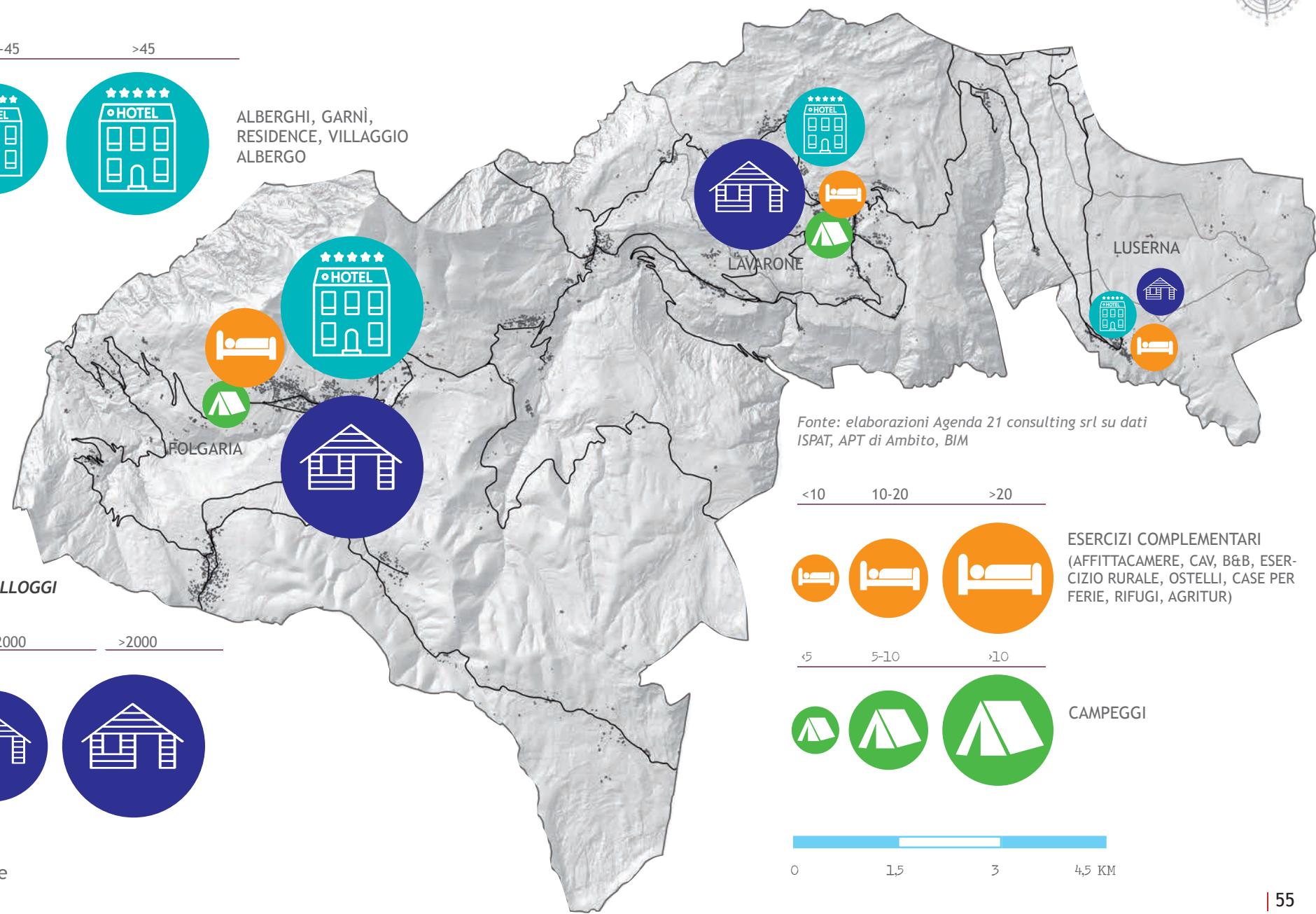
# ALTIPIANI CIMBRI

## STRUTTURE RICETTIVE (n.)

<15      15-30      30-45      >45



ALBERGHI, GARNÌ,  
RESIDENCE, VILLAGGIO  
ALBERGO



## 5.2.1- PROGETTI DI OSPITALITÀ DIFFUSA

Il comune di Folgaria e il Comune di Luserna si sono impegnati su tre fronti che mirano allo stesso obiettivo: lo sviluppo di una ricettività diffusa, legata non solo al patrimonio immobiliare, ma alle unicità culturali, storiche e naturalistiche degli Altipiani. Le progettualità di seguito descritte coinvolgono anche le altre istituzioni del territorio come la Magnifica Comunità degli Altipiani Cimbri e il comune di Lavarone. Il primo progetto, denominato “Valorizzazione del patrimonio edilizio delle seconde case in ottica di tutela del paesaggio e sviluppo del territorio”, vede il Comune di Folgaria impegnato in una mappatura delle seconde case e nella definizione di un progetto unitario di gestione.

L'iniziativa, finanziata sul Fondo per la riqualificazione degli insediamenti storici e del paesaggio, è attualmente in corso ed i risultati devono ancora essere presentati all'Amministrazione comunale.

La proposta prevede di lavorare sul patrimonio edilizio esistente al fine di monitorare il fenomeno urbanistico, nonché di perseguire nuove modalità di utilizzo di questo patrimonio ed infine di prevenire il degrado dei centri abitati dovuto alla mancata manutenzione delle strutture. Il progetto è composto da cinque fasi:

- individuazione di due territori di sperimentazione (nello specifico Folgaria e Carisolo);
- costituzione del tavolo di lavoro locale;
- analisi del contesto e dell'offerta di seconde case;
- definizione del modello di governance e della strategia di commercializzazione;
- monitoraggio.

La seconda iniziativa investe invece il piccolo centro di Nosellari, frazione di Folgaria con circa 200 abitanti e un tessuto sociale molto attivo. Qui, dall'idea di un gruppo deciso e convinto di residenti, sono stati avviati i primi passi verso un progetto di ospitalità diffusa.

L'amministrazione comunale ha da subito sostenuto questa iniziativa investendo su un progetto commissionato al professor Maurizio Droli, coordinatore della Scuola Internazionale di Specializzazione in Albergo Diffuso - SISAD. Nel dicembre 2016 è stato organizzato un workshop “Paesi albergo, alberghi diffusi & co: caratteristiche, funzionamento e ipotesi di lavoro sul territorio comunale”, partecipato da operatori economici, associazioni ed artigiani di Nosellari.

L'incontro ha avuto come finalità quella di presentare tutti gli aspetti tipici di questa tipologia ricettiva: caratteristiche, esempi di altre iniziative, modelli organizzativi, attività di comunicazione-marketing-vendita del prodotto, piano costi/ricavi dell'ospitalità diffusa. Successivamente, attraverso la compilazione di una scheda tecnica, è stato completato un censimento dell'offerta e dei servizi ricettivi e commerciali che possono essere messi in rete.

Il modello di riferimento è quello del Paese Albergo, per il quale si è costituita un'associazione di promozione no profit che ha definito un proprio statuto.

Gli obiettivi di questa prima fase sono riconducibili essenzialmente all'individuazione delle fonti finanziarie, alla messa in rete dell'offerta commerciale, all'individuazione di iniziative di valorizzazione del

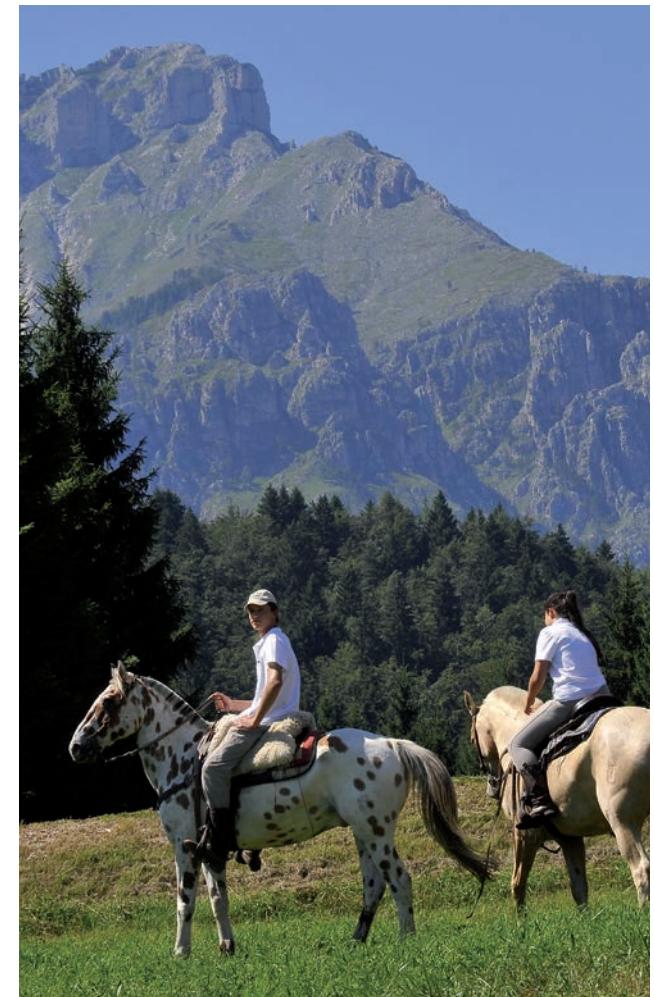


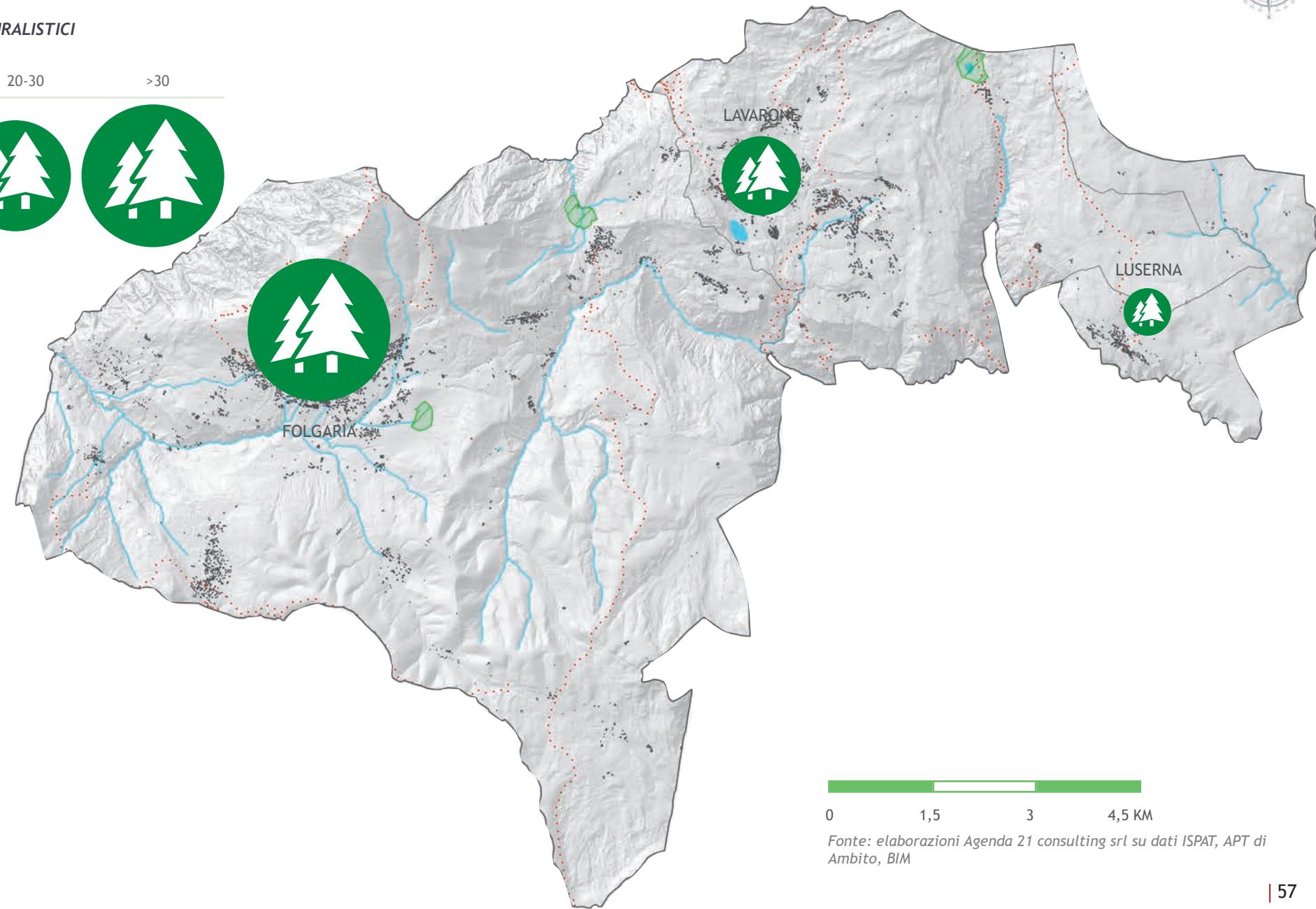
Foto: APT Alpe Cimbra

# ALTIPIANI CIMBRI



## PUNTI DI INTERESSE NATURALISTICI

0-10    10-20    20-30    >30



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM

territorio e ad azioni di marketing e comunicazione. Solo in una seconda fase, verificata la fattibilità economica e la volontà di specializzare l'iniziativa, l'associazione potrà compiere i successivi passi per far nascere una struttura di ospitalità diffusa, ovvero:

- aprire un'attività commerciale vera e propria;
- offrire servizi comuni gestionali ai proprietari di immobili, gestendo la commercializzazione e la prenotazione attraverso sistemi appositi;
- organizzare azioni di marketing e comunicazione;
- gestire la propria attività di back-office di tipo fiscale amministrativo e quindi i rapporti con i soci delle unità immobiliari secondo un contratto commerciale apposito;
- organizzare un ufficio di accoglienza, ricevimento e informazioni nel Borgo.

Anche il Comune di Luserna ha già investito sul tema dell'ospitalità diffusa. Già nel corso del 2014, infatti, è stato interessato da un'iniziativa di sviluppo economico del territorio, con il supporto di Trentino Sviluppo: "Luserna, sviluppare un'economia sostenibile attraverso l'innovazione e la tradizione". Il progetto ha coinvolto i portatori di interesse locali, attraverso workshop creativi, arrivando ad individuare nuove prospettive di sviluppo locale; una di queste legata all'ospitalità diffusa. Il turismo viene percepito come tema chiave per il rilancio del territorio, come punto d'incontro degli hotspot presenti nei dintorni del borgo cimbro. Lo studio ha portato ad individuare alcune linee guida per un progetto di questo tipo.

- Il recupero di un edificio centrale per le attività di accoglienza, per le pratiche burocratiche/amministrative e come punto di riferimento per qualsiasi necessità durante la vacanza degli ospiti. Si tratta di una struttura di proprietà comunale recentemente ristrutturata ed ampliata collocata in un'area di pregio paesaggistico sita in loc. Baiti - Hüttn a monte dell'abitato di Luserna (100 m dalla piazza centrale) e denominata Centro Servizi Polifunzionale - Ex Ponte Radio, ideale per una reception centrale.
- La realizzazione di un centro dotato di spazi comuni e aree ricreative, comprensivo anche di uno spazio per il parcheggio obbligato/riservato delle autovetture degli ospiti (a favore di una mobilità alternativa sul territorio anche attraverso auto/bici/mezzi elettrici). Tali spazi si collocano presso il Centro Artigianale di Luserna, un edificio di recente costruzione, con disponibilità di spazi di diverse metratura (circa 800 mq complessivi) collocato all'ingresso del paese lungo la S.P. 9 a circa 1 km dalla piazza centrale di Luserna.
- Il coinvolgimento delle associazioni per la promozione di eventi tematici, eno-gastronomici e culturali e per l'organizzazione di specifici tour con il supporto di accompagnatori del territorio.

I territori coinvolti in queste progettualità presentano caratteristiche ricettive simili e/o complementari ed inoltre condividono tipologie e matrici di hotspot di carattere culturale, storico e naturalistico. Per questi motivi, sulla scorta delle esperienze descritte e già in parte avviate, sarebbe auspicabile un'iniziativa congiunta tra i diversi soggetti del territorio. Questa potrebbe estendersi, in tempi e con modalità diverse, anche ad altri borghi e frazioni diventando di fatto un progetto unitario e promuovendo un unico marchio di immediata riconoscibilità sul mercato turistico.

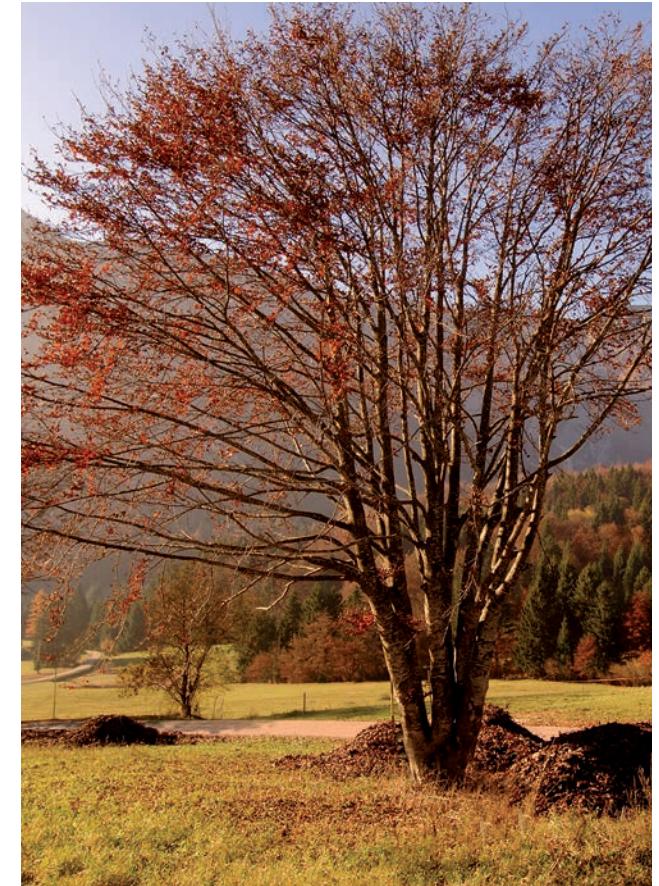


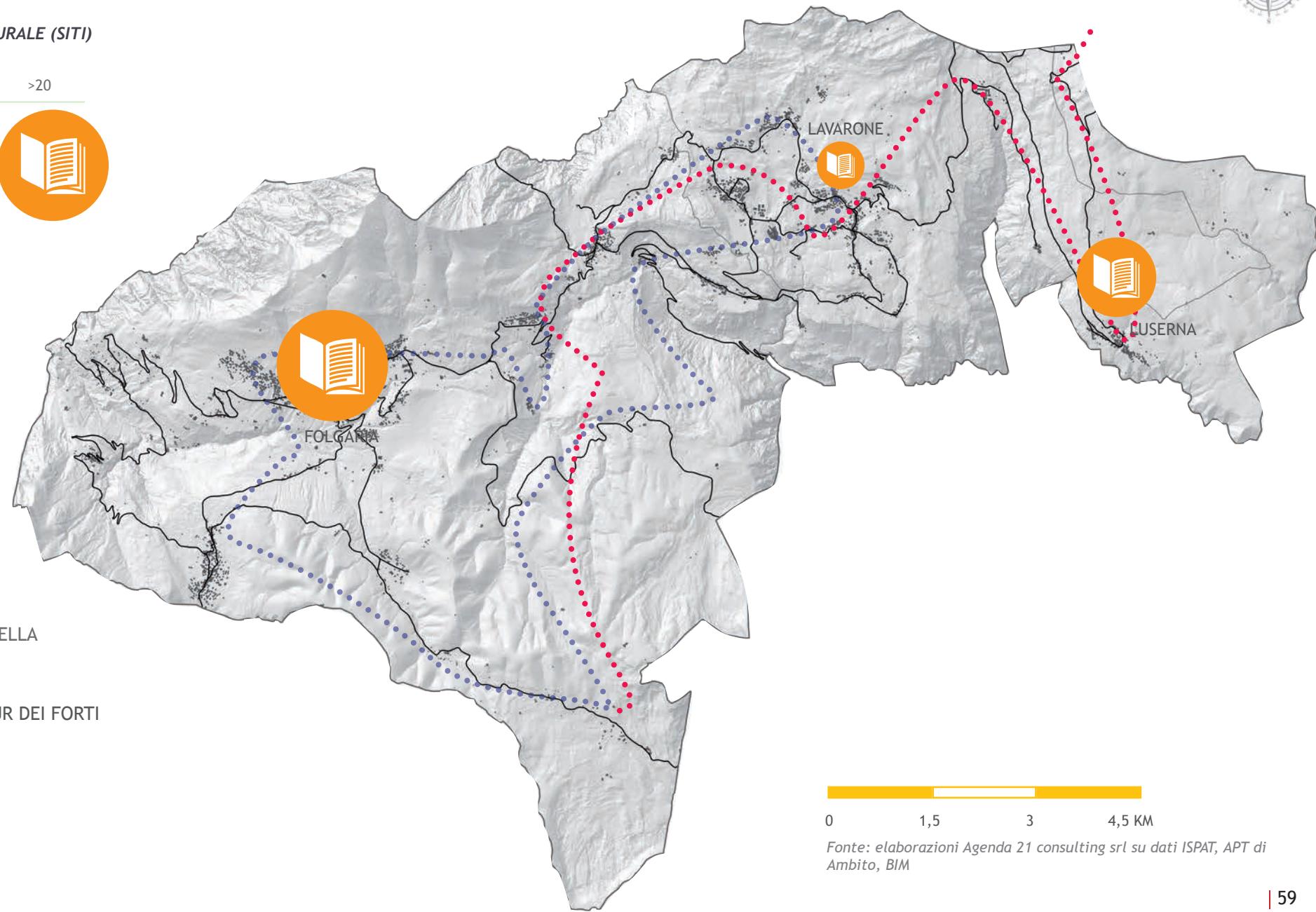
Foto: Autunno sull'Alpe Cimbra. Ph C. Baroni. APT Alpe Cimbra

# ALTIPIANI CIMBRI



## PUNTI DI INTERESSE CULTURALE (SITI)

0-10      10-20      >20



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM



Foto: Ph Mirco Dalprà. APT Alpe Cimbra

# ALTIPIANI CIMBRI



## PUNTI DI INTERESSE CULTURALI (eventi)

0-10      10-20      >20

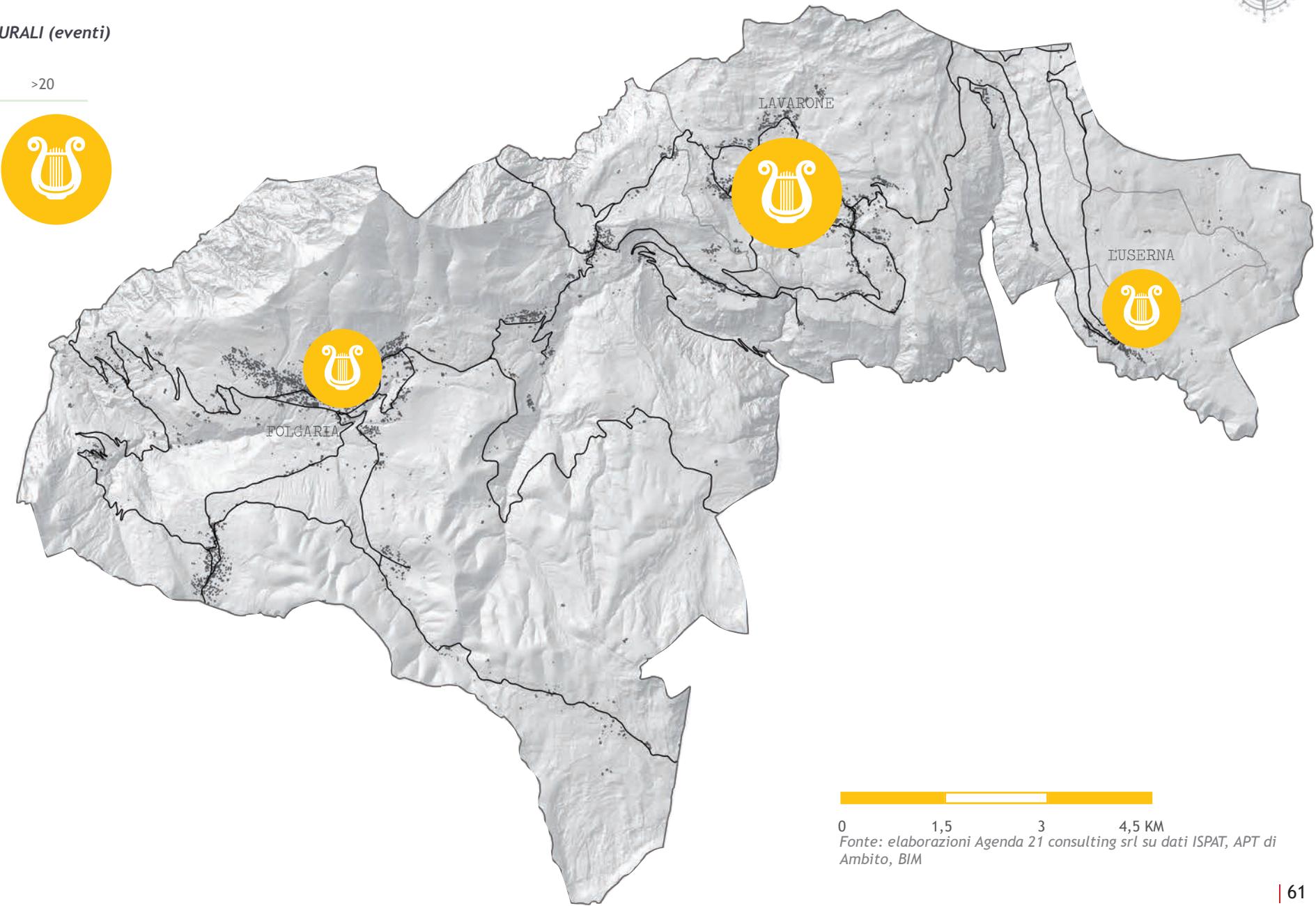




Foto: Ph Mirco Dalprà. APT Alpe Cimbra

# ALTIPIANI CIMBRI

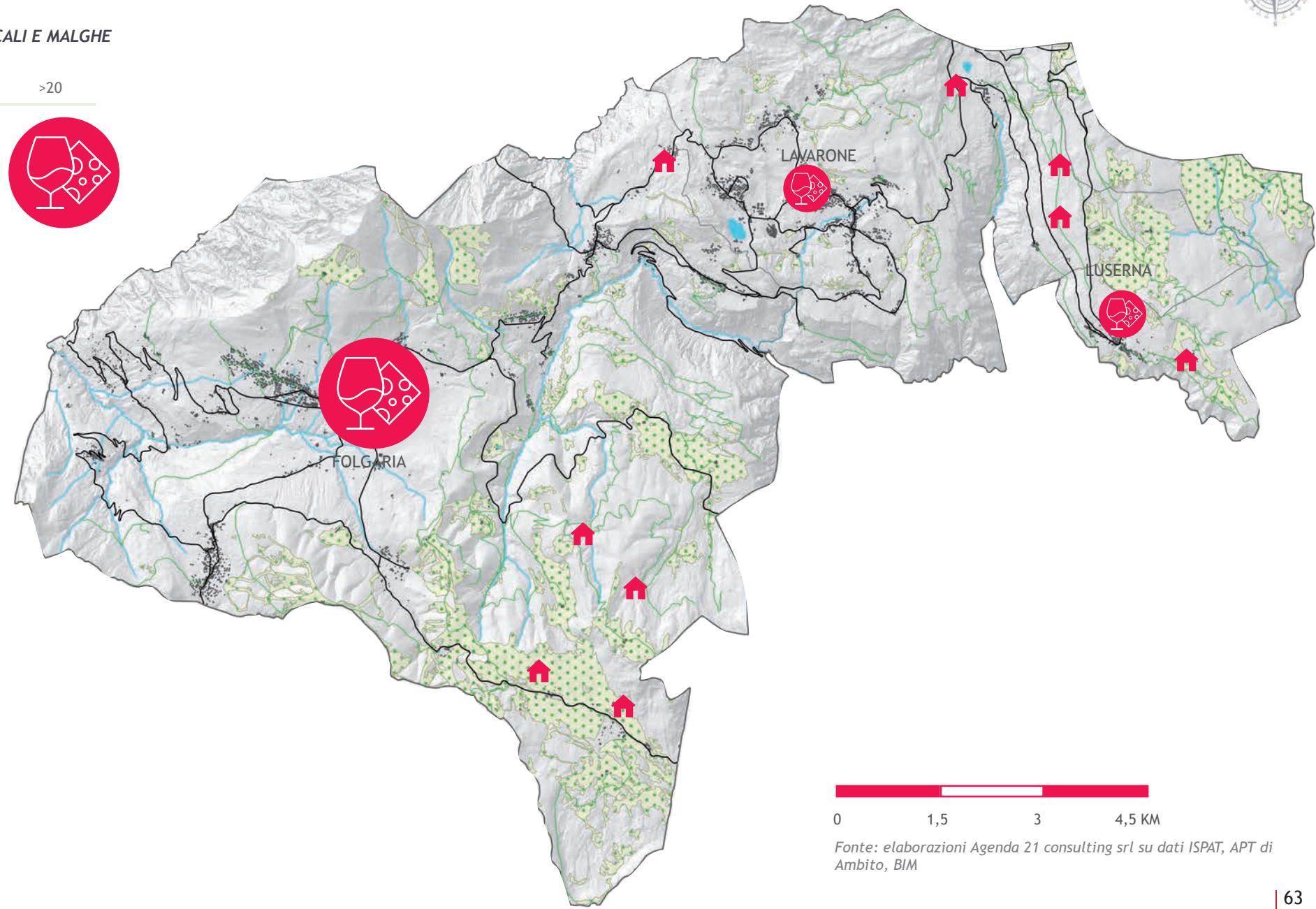


## PRODUZIONI TIPICHE LOCALI E MALGHE

0-10      10-20      >20



◆ MALGHE



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM



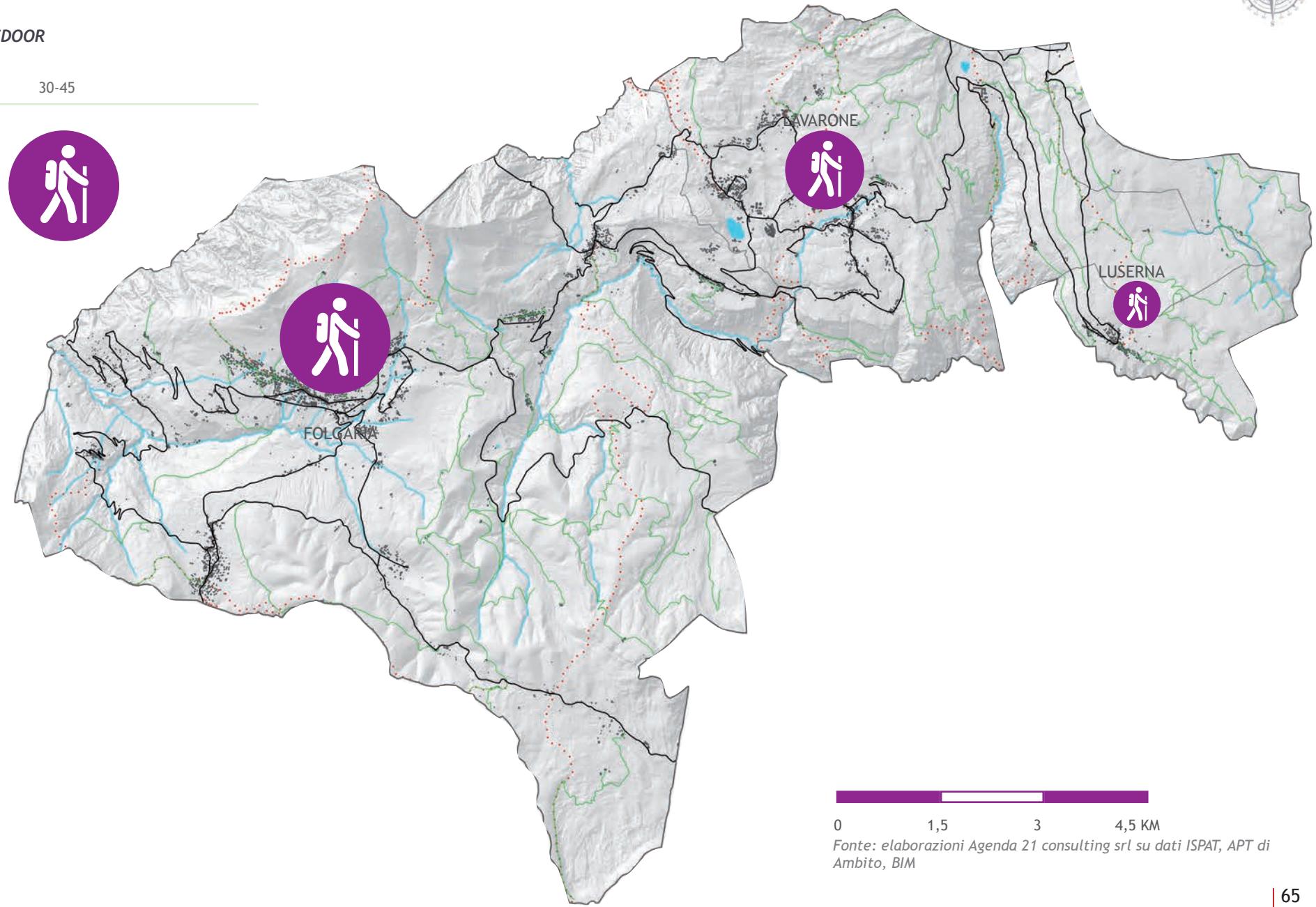
Foto: APT Alpe Cimbra

# ALTIPIANI CIMBRI



## PUNTI DI INTERESSE OUTDOOR

0-15      15-30      30-45



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM

### 5.3 - L'AMBITO TURISTICO VALSUGANA

Tra tutti e quattordici gli Ambiti Turistici in cui è diviso il Trentino, l'ApT della Valsugana copre uno dei territori più vasti ed eterogenei. L'incontro con il suo direttore/presidente ha permesso una migliore definizione della vocazione turistica delle diverse aree del territorio, fornendo di fatto gli elementi per operare una prima distinzione in contesti di riferimento. Inoltre, grazie al materiale ed ai contatti messi a disposizione, è stato possibile compiere una prima mappatura delle iniziative di turismo rurale più interessanti presenti sul territorio.

Per decenni, lo sviluppo del turismo si è concentrato in aree molto limitate - i Laghi di Caldonazzo e Levico, le Terme di Roncegno, gli impianti del Passo Brocon in Tesino - mentre la gran parte del territorio lungo l'asta del fiume Brenta ha seguito altre vocazioni, con importanti aree industriali e vaste zone destinate all'agricoltura intensiva. La quasi totalità del mondo della media e alta montagna della Valsugana, scarsamente antropizzata, non ha conosciuto lo sfruttamento turistico che ha interessato altre aree simili del Trentino. La rivalutazione in chiave turistica del versante meridionale del massiccio del Lagorai è, infatti, un fenomeno relativamente recente favorito dall'aumento della domanda di turismo rurale. Emblematico è il caso di Roncegno, dove l'offerta turistica storicamente legata alla stazione termale è da anni in sofferenza, mentre la parte più montana del territorio comunale, una volta più periferica, sta vivendo un rilancio legato alla valorizzazione del patrimonio delle numerose baite.

Dal punto di vista della composizione dell'offerta ricettiva, il 60% dei posti letto in strutture alberghiere di tutto l'ambito turistico si concentra nel comune di Levico (centro gravitazionale del polo "Laghi"). Mentre, se si esclude la categoria dei campeggi, oltre il 50% delle strutture extra-alberghiere è situata nell'area di media montagna della Bassa Valsugana e nei comuni della Conca del Tesino. Questa caratteristica strutturale dell'offerta ricettiva appare importante nel definire ambiti più vocati all'accoglienza diffusa. Se è pur vero che il singolo albergo non è necessariamente nemico dell'ospitalità orizzontale, e talvolta si integra armoniosamente con essa e la completa, in nessun caso di successo analizzato è presente una concentrazione di strutture alberghiere così forte.

Ragionando sull'attuale struttura della domanda turistica, partiamo dalle motivazioni di vacanza e quindi dalla capacità attrattiva di un territorio. Il direttore/presidente individua oggi due principali poli per l'attrazione dei flussi turistici in Valsugana: i Laghi (Caldonazzo e Levico) e la catena montuosa del Lagorai. Il polo "Laghi" assorbe circa il 55% degli arrivi turistici nell'Ambito Turistico Valsugana, mentre circa il 40% è attratto dalle sue montagne (Rapporto sul Turismo 2015 a cura dell'ISPAT). Una vacanza open air sia nel primo che nel secondo caso, ma con dei distinguo importanti. Senza entrare nello specifico della segmentazione di tale domanda, la valutazione che offre il direttore/presidente è di un territorio con due vocazioni ben precise: un turismo maturo di tipo tradizionale/stanziale legato al polo "Laghi" e un turismo rurale più dinamico, sicuramente più acerbo ma dalle grandi potenzialità, legato a quello che definisce "Sistema Lagorai". Il primo polo mantiene dei valori assoluti di peso economico più importanti e stabili nel tempo, dovuto sostanzialmente ad una presenza media più prolungata - varia dai 5 giorni dei turisti italiani ai 9 dei turisti olandesi (ISPAT) - e una tipologia di clientela con una capacità di spesa più elevata. Il secondo ha un peso economico assoluto più leggero, con delle potenzialità inespresse e laten-

#### ALTA VALSUGANA E VIGOLANA

*La porzione di Alta Valsugana che ricade sotto l'ambito turistico, è caratterizzata da un'alta densità di tutti gli hotspot intorno alla destinazione turistica dei laghi (Caldonazzo e Levico), sintomo di una storica e consolidata capacità attrattiva del territorio nei confronti di più segmenti di domanda. L'offerta culturale nel complesso si concentra più tra i territori di Levico e Pergine. La parte interessata dalla propaggine più occidentale della catena del Lagorai, riequilibra la distribuzione degli hotspot solo per quanto riguarda le categorie "natura" e "outdoor". La concentrazione di posti letto alberghi rispetto al totale è la seconda più alta di tutto il territorio del BIM Brenta dopo quella del nuovo comune di Primiero San Martino di Castrozza.*

*Il Comprensorio turistico della Vigolana presenta una densità equilibrata in tutte e quattro le categorie di hotspot e nell'offerta ricettiva, anche se i numeri bassi in valore assoluto e la vicinanza a un polo turistico così forte non ne favorisce la visibilità.*

# ALTA VALSUGANA E VIGOLANA

## STRUTTURE RICETTIVE (n.)

<15      15-30      >30



ALBERGHI, GARNÌ,  
RESIDENCE, VILLAGGIO  
ALBERGO

<10      10-20      >20



ESERCIZI COMPLEMENTARI  
(AFFITTACAMERE, CAV, B&B, ESER-  
CIZIO RURALE, OSTELLI, CASE PER  
FERIE, RIFUGI, AGRITUR)

<5      5-10      >10



CAMPEGGI

## ALTRO (SECONDE CASE E ALLOGGI PRIVATI)

<500      500-1000      >1000

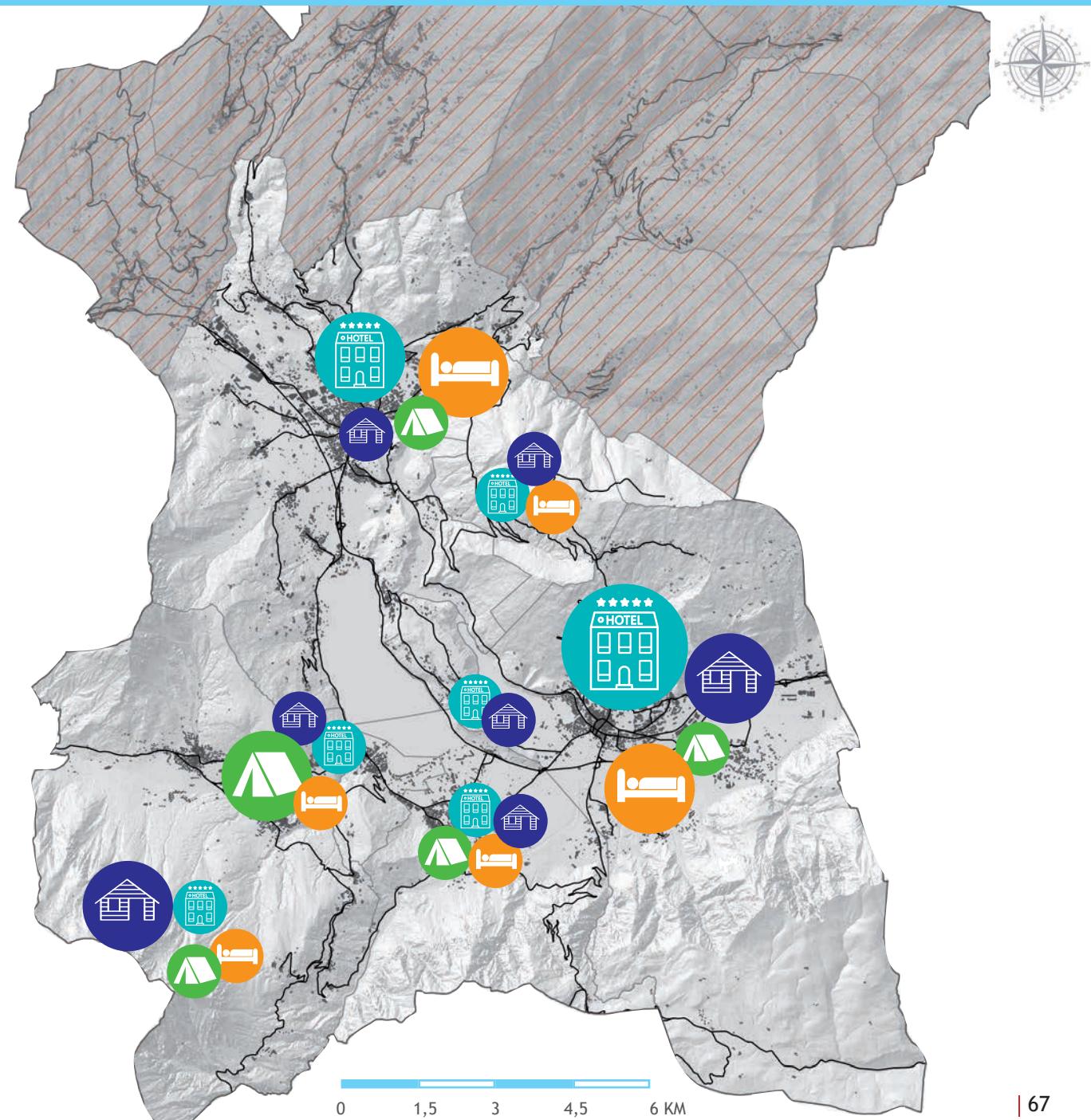


Confini comunali

Viabilità principale

Edificato

Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM



ti, ma che ha registrato dei saggi di crescita molto interessanti, soprattutto in riferimento alla clientela nazionale (veneti, lombardi e emiliano-romagnoli su tutti).

La forte bipolarità che caratterizza l'ambito turistico Valsugana, è ben visibile anche negli investimenti nello sviluppo delle attività rivolte ai turisti che la stessa ApT sta compiendo negli ultimi anni, sia in termini di definizione di club di prodotto che di comunicazione e marketing. Sfogliando le brochure o visitando il sito dell'ApT, notiamo che quattro offerte su cinque riconducibili alla categoria di turismo rurale o natura fanno riferimento al "Sistema Lagorai". Si tratta di una scelta che dipende anche dalle progettualità che stanno emergendo sul territorio, iniziative che fungono da catalizzatori delle diverse potenzialità attrattive e aumentano il valore aggiunto delle offerte che da queste nascono e si sviluppano. L'ApT alle volte si limita a raccogliere il frutto, altre è partecipe della semina e della cura dello sviluppo queste iniziative. Tra questi progetti c'è Vacanze in Baita che in Valsugana-Tesino ha il suo nucleo più significativo. La fase di mappatura del territorio ha permesso di far emergere altre due iniziative che stanno coinvolgendo il territorio nell'approccio a questo modello di ospitalità diffusa:

- l'iniziativa pubblica di recupero degli edificati rurali in Val Campelle;
- l'iniziativa mista pubblico-privata che insiste sulla Val Calamento e sull'altopiano di Musiera.

Si tratta di aree contigue e comunicanti, che condividono una serie di caratteristiche e di dinamiche: scarsa presenza di ricettività turistica di tipo alberghiero; assenza di flussi di turismo di massa; importante patrimonio malghivo tradizionale; densità di aree di pregio naturalistico; forte attrattività per il segmento di turismo outdoor ed escursionistico.

### 5.3.1 - CONSORZIO TURISTICO DELLA VIGOLANA

Al di fuori degli Ambiti Turistici, la Legge Provinciale individua sei Consorzi con funzioni simili a quelle di una ApT, ma in territori più limitati e con risorse finanziarie più contenute. Uno di questi è quello della Vigolana, con la cui direttrice è stata realizzato un incontro per capire se il contesto fosse favorevole allo sviluppo dell'ospitalità diffusa e se vi fossero iniziative in corso potenzialmente interessanti a tal proposito. Al Consorzio fanno riferimento i quattro ex-comuni che oggi costituiscono l'Altopiano della Vigolana ovvero Bosentino, Centa San Nicolò, Vattaro e Vigolo Vattaro. L'altopiano è racchiuso tra i massicci della Vigolana a sud-ovest e della Marzola a nord-ovest, in posizione baricentrica rispetto agli Altipiani Cimbri, la città di Trento, e i laghi di Levico e Caldronazzo.

Dal punto di vista della consistenza ricettiva, l'Altopiano della Vigolana mostra un'offerta classica di alberghi, baita, garnì, B&B e agriturismi che viene completata da un discreto numero di appartamenti privati sparsi sul tutto il territorio, molti dei quali sfuggono alla statistica provinciale.

Nonostante una buona offerta di posti letto in termini quantitativi e qualitativi, i flussi turistici sono deboli. Questo è dovuto in gran parte all'incapacità di creare una rete efficiente e coesa tra gli imprenditori turistici, sia del ricettivo che dei servizi al turista, e le altre realtà imprenditoriali del territorio (artigiani, produttori agricoli, operatori culturali). Ogni imprenditore agisce di fatto individualmente e manca un soggetto forte che sappia fare sintesi degli interessi particolari.

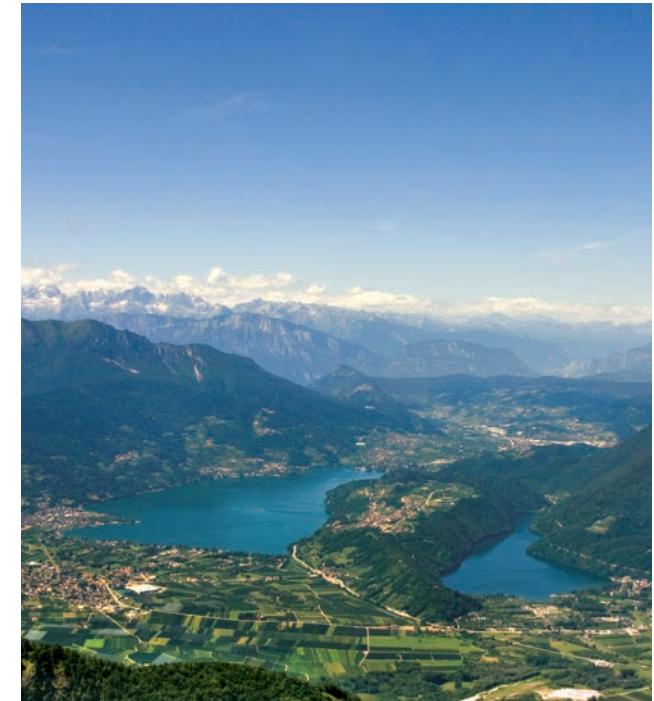


Foto: Laghi di Caldronazzo e Levico. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

A questa mancanza di azione comune cerca di sopperire il Consorzio, attraverso alcune attività ed eventi rivolti al turista, che però paiono troppo deboli per incidere sul contesto in maniera determinante.

La Vigolana non presenta quindi particolari elementi favorevoli all'avvio di un progetto di ospitalità diffusa, non tanto per la struttura della sua offerta ricettiva, quanto per la mancanza di progettualità comuni da cui partire tra i possibili soggetti da coinvolgere.

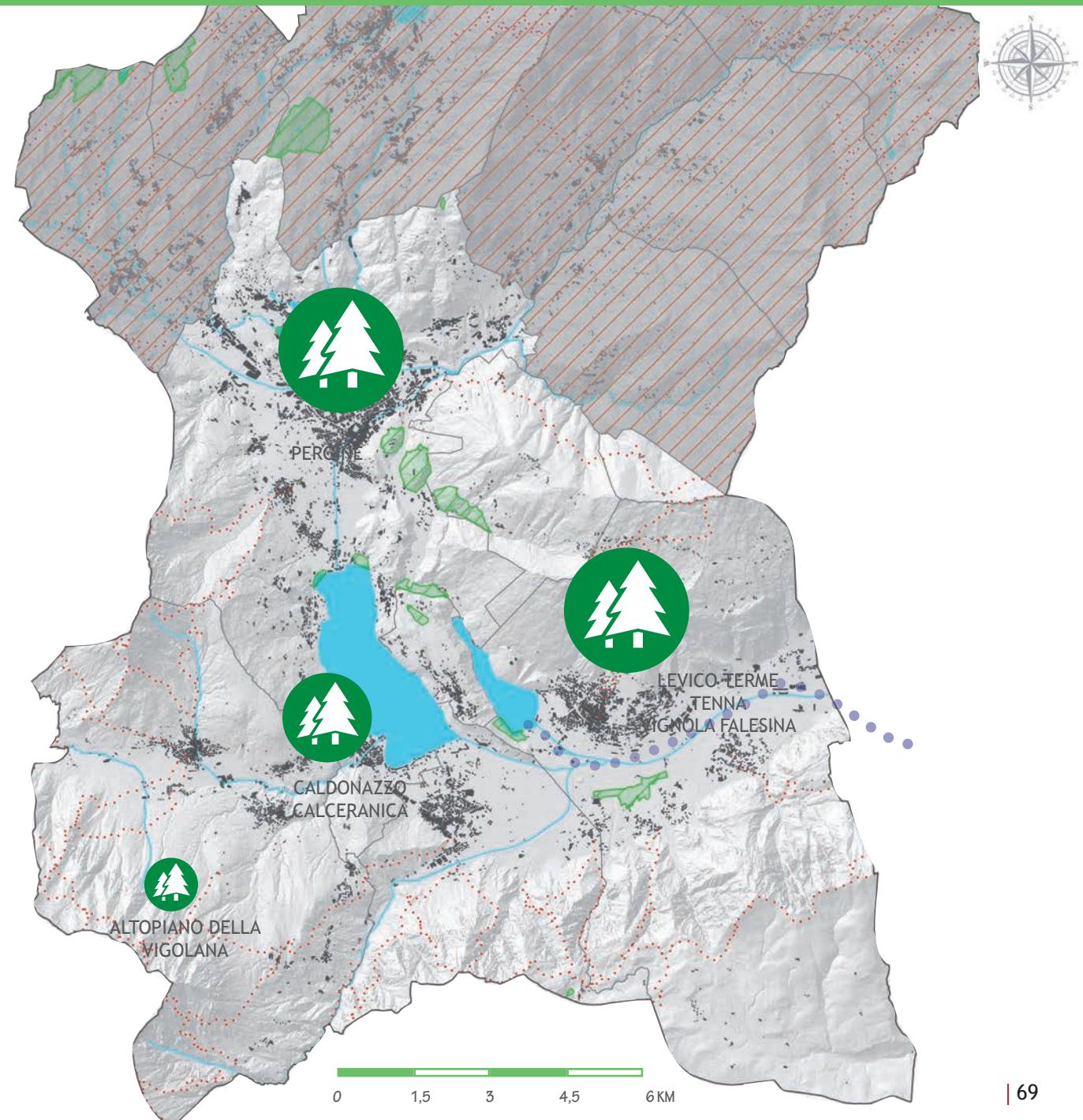
## ALTA VALSUGANA E VIGOLANA

### PUNTI DI INTERESSE NATURALISTICI

0-10      10-20      >20



VIA DEL BRENTA



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM



Foto: Trekking Cima d'Asta Ph Story Travelers. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

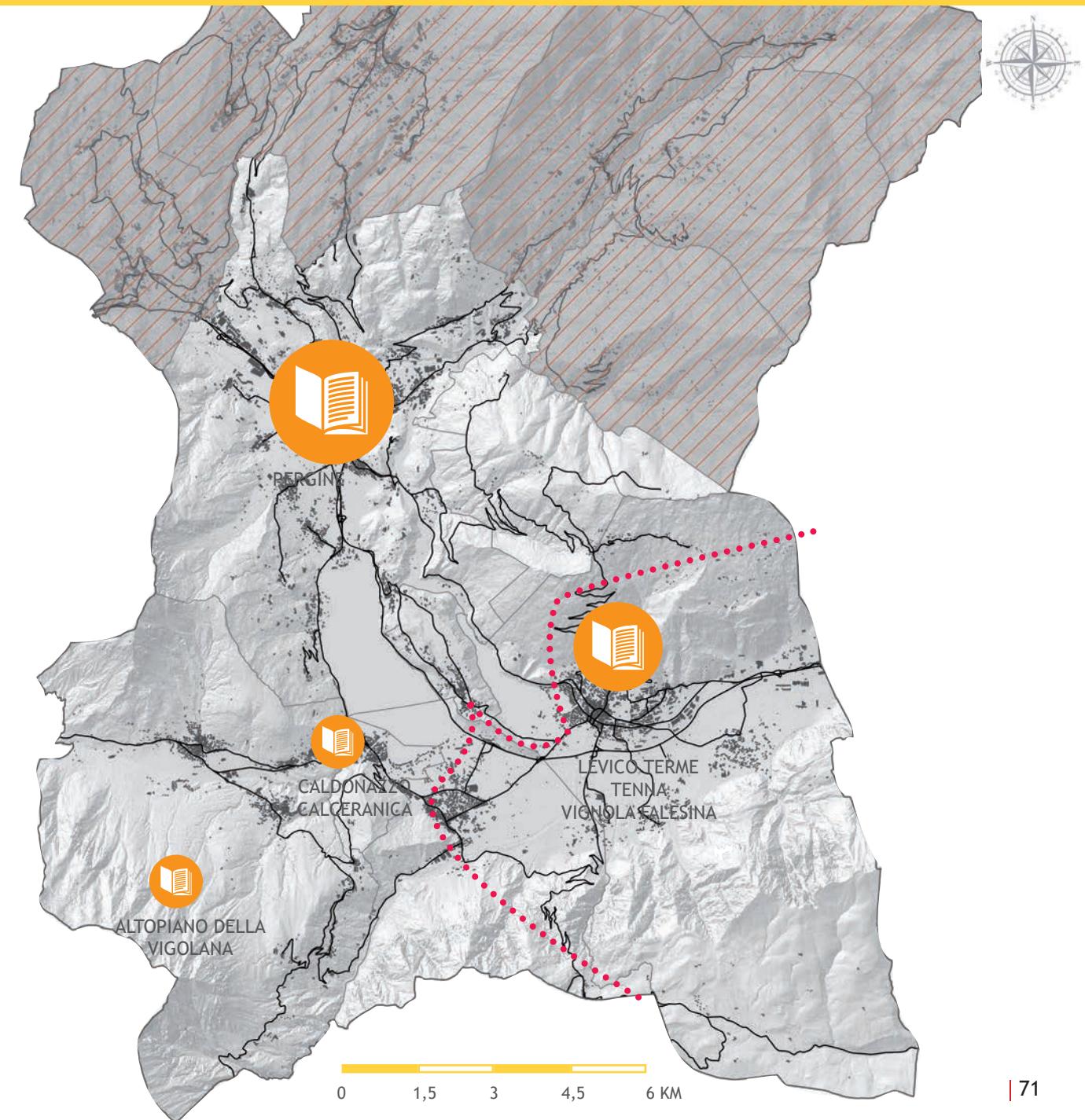
## ALTA VALSUGANA E VIGOLANA

### PUNTI DI INTERESSE CULTURALE (SITI)

0-10      10-20      >20



SENTIERO DELLA  
PACE



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM

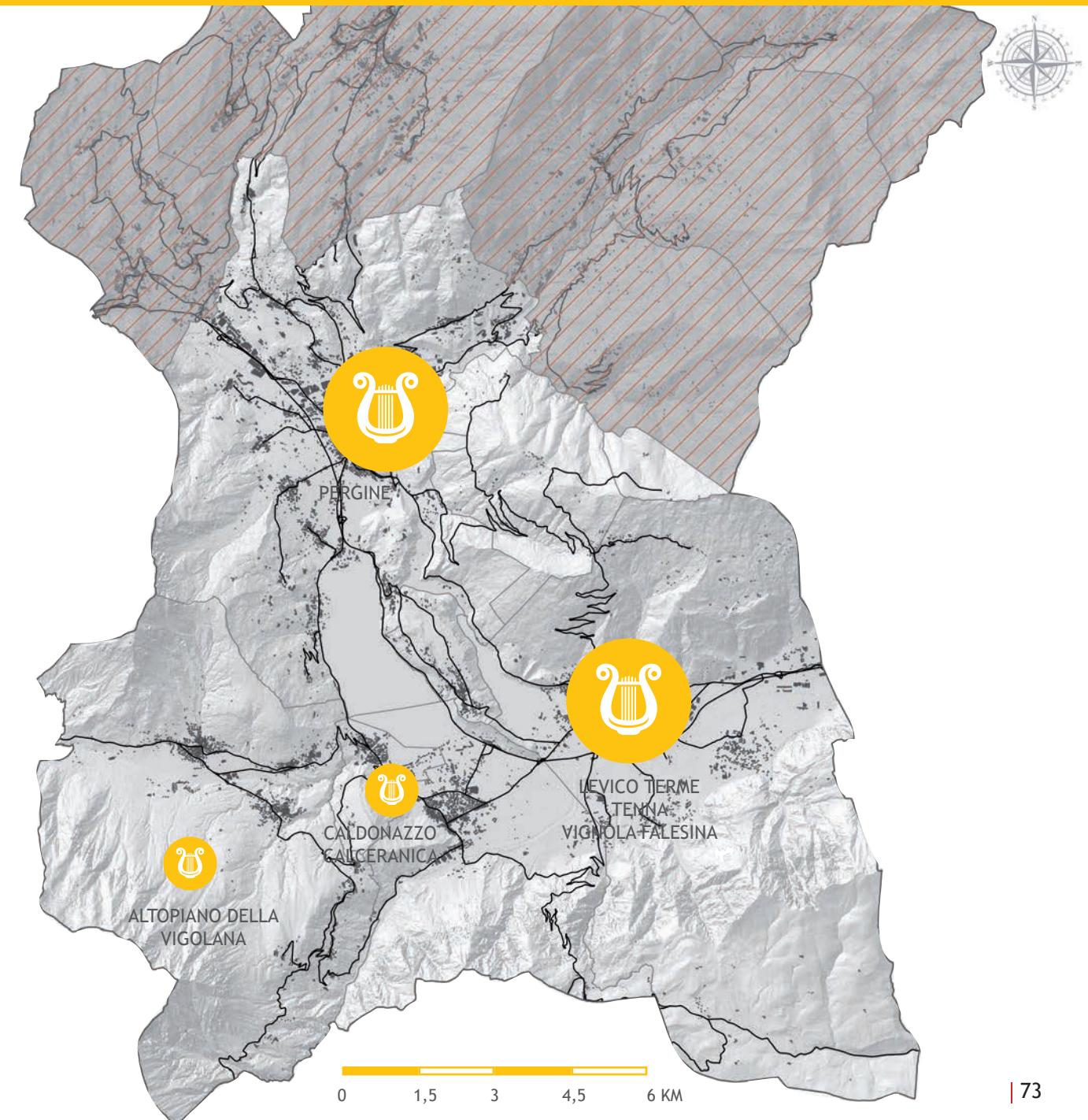


Foto: Salto nel Lago di Levico Ph Story Travelers. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

## ALTA VALSUGANA E VIGOLANA

PUNTI DI INTERESSE CULTURALI (eventi)

0-10      10-20      >20



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM



Foto: Laghi di Caldonazzo e Levico Ph Story Travelers. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

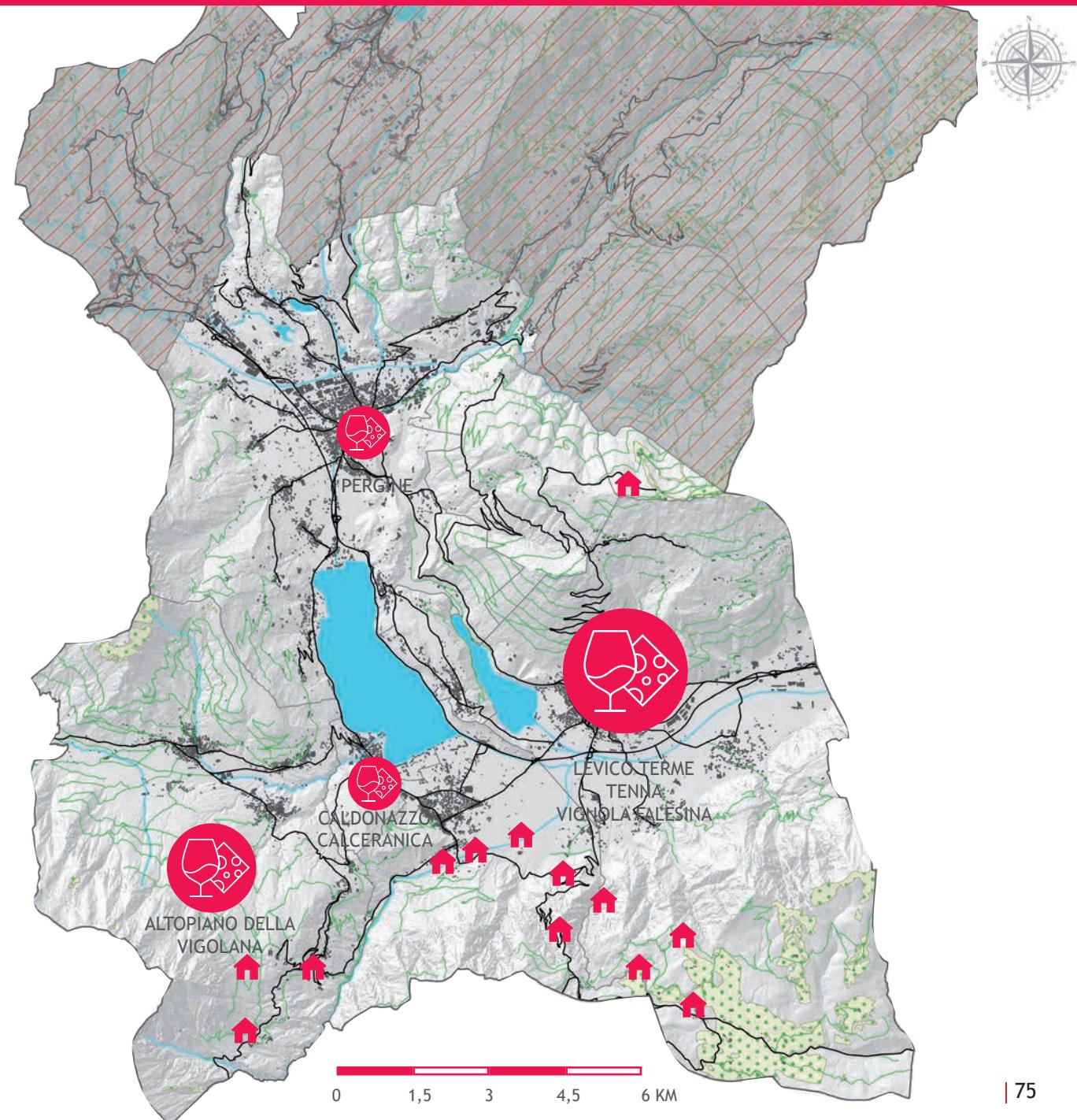
## ALTA VALSUGANA E VIGOLANA

### PRODUZIONI TIPICHE LOCALI E M ALGHE

0-10      10-20      >20



◆ MALGHE



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM



Foto: Val di Rava Ph C. Facen. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

# ALTA VALSUGANA E VIGOLANA

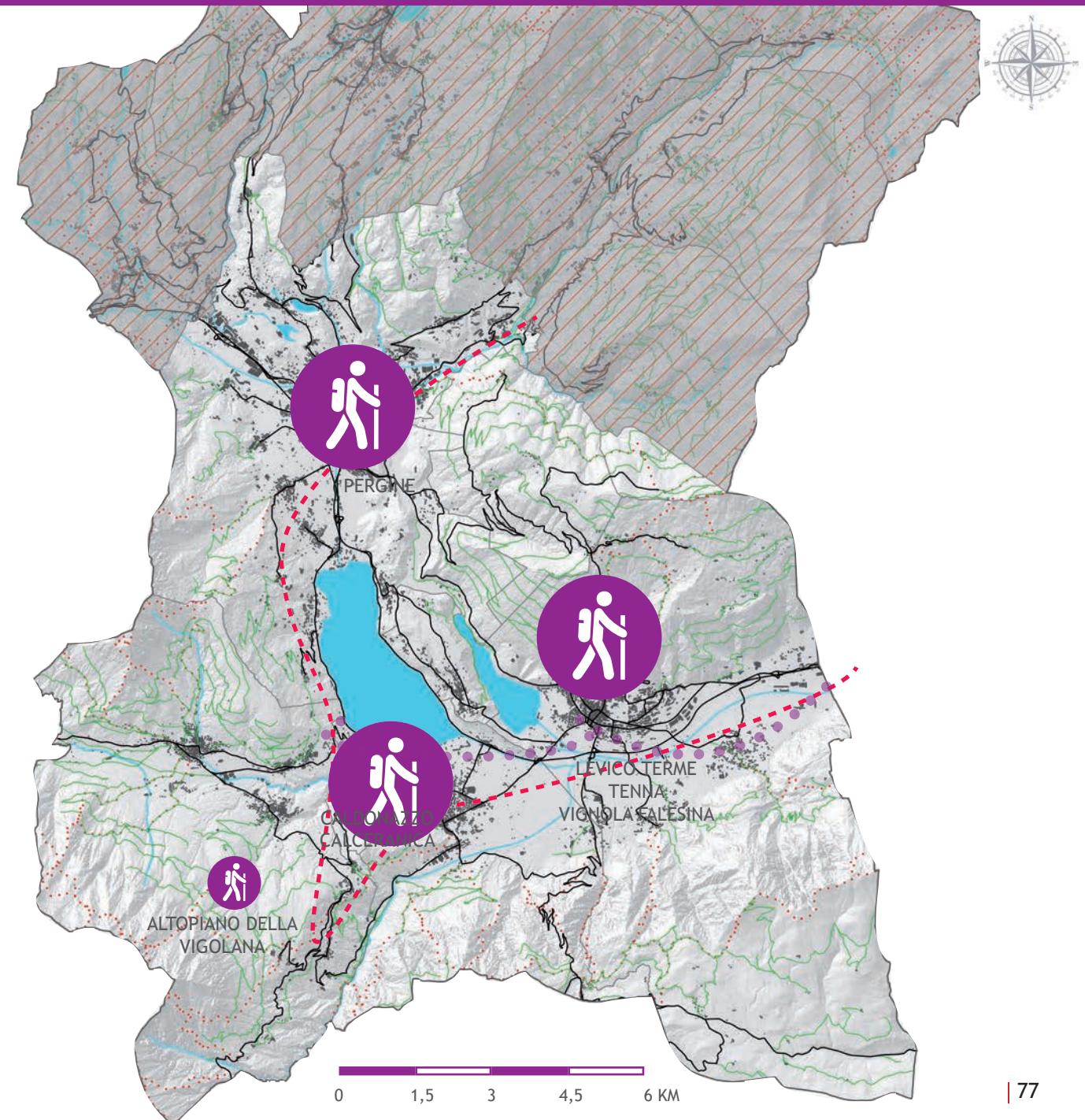
## PUNTI DI INTERESSE OUTDOOR

0-15      15-30      30-45      >45



CICLABILE  
DELLA  
VALSUGANA

IPPOVIA DEL TRENTINO  
ORIENTALE



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM

### 5.3.2 - PROGETTO DI RECUPERO BAITE IN VAL CAMPELLE

Il Comune di Scurelle è proprietario di ampie superfici boscate e pascolive, nonché di un rilevante patrimonio edilizio montano costituito da numerosi edifici rurali e malghe sparsi lungo la sinistra orografica della Val Campelle. Il modello di sviluppo turistico su cui ha investito il Comune a partire dalla seconda metà degli anni '90 punta a creare una rete di strutture per l'accoglienza rurale, recuperando le malghe, convertendole ad uso ricettivo e legandole alla già presente offerta di attività sportive ed escursionistiche del versante meridionale del Lagorai. Grazie all'utilizzo di contributi legati ai programmi europei (principalmente il L.E.A.D.E.R. +) ed ai Patti Territoriali, su 25 edificati rurali di proprietà comunale e di diversa precedente destinazione d'uso (case forestali, colonie, malghe e bivacchi) sono state recuperate, attrezzate e rese fruibili a scopi ricettivi 11 baite, per un totale di circa 60 posti letto, e 2 strutture per grandi gruppi (denominate "case vacanza"), per oltre 70 posti letto, a cui si aggiunge un albergo-ristorante (SAT Lagorai) con una capienza massima di 30 posti letto.

Per capitalizzare al meglio questo importante sforzo pubblico, serve oggi ragionare sulle modalità di gestione di tale patrimonio ricettivo. Finora le prenotazioni e la gestione dei clienti sono state seguite dai dipendenti comunali, ma è una modalità che non garantisce né una gestione efficiente né una sostenibilità operativa nel medio-lungo periodo. Sembra quindi inevitabile una gestione di carattere imprenditoriale, attraverso la stipula di una convenzione tra un soggetto privato e l'amministrazione stessa, ancora tutta da definire. È possibile che si innesti quindi una gestione orizzontale dell'ospitalità (magari in forma cooperativa), invece che affidare ogni struttura a un privato diverso. Ciò potrebbe rappresentare un punto di partenza decisivo per l'innesto di un progetto imprenditoriale di ospitalità diffusa a tutto tondo, dove il Comune, pur conservando un ruolo forte di garante dell'investimento e degli interessi pubblici, non sia l'unico attore in campo.

### BASSA VALSUGANA E TESINO

In generale questa porzione dell'ambito turistico Valsugana risulta più densa in tre categorie di hotspot: produzioni tipiche, outdoor e natura. Più di tre quarti di questi hotspot si concentrano nell'area del Lagorai (dove si concentra anche la maggior parte delle aree di pregio naturalistico), mentre la distribuzione della potenziale offerta culturale è più legata ai paesi di fondo valle, principalmente Borgo Valsugana e il nuovo comune di Castel Ivano. Il territorio è attraversato in senso latitudinale e a diverse altezze da importanti percorsi turistici di lunga percorrenza che collegano molti degli hotspot più importanti: dalla Translagorai in quota, all'Ippovia del Trentino Orientale, al Sentiero della Pace, alla Via Claudia Augusta fino alla ciclabile lungo l'asta del fiume Brenta sul fondo valle. Le malghe rappresentano il tratto più caratterizzante dell'ambito dal punto di vista degli hotspot legati alle produzioni tipiche. L'area centrale del territorio interessato dal Lagorai - ovvero quella che va da Torcegno a Scurelle - nonostante abbia un'alta densità di hotspot (ad eccezione della categoria cultura), non presenta un'adeguata offerta di posti letto, che risulta insufficiente in tutti i comparti del ricettivo. Viceversa Roncegno Terme e il Tesino mostrano tutte le caratteristiche di destinazioni turistiche in declino, dove manca il bilanciamento tra hotspot e offerta ricettiva, quest'ultima sproporzionata rispetto all'attuale attrattività del territorio. La destra orografica, fatta eccezione per l'importante hotspot rappresentato da Arte Sella, e la parte più orientale del fondo valle risultano le aree turisticamente meno attrattive del territorio.

# VALSUGANA E TESINO

## STRUTTURE RICETTIVE (n.)

<4      4-8      >8



<10      10-20      >20



<5      5-10      >10



## ALTRO (SECONDE CASE E ALLOGGI PRIVATI)

<500      500-1000      >1000



Confini comunali

Viabilità principale

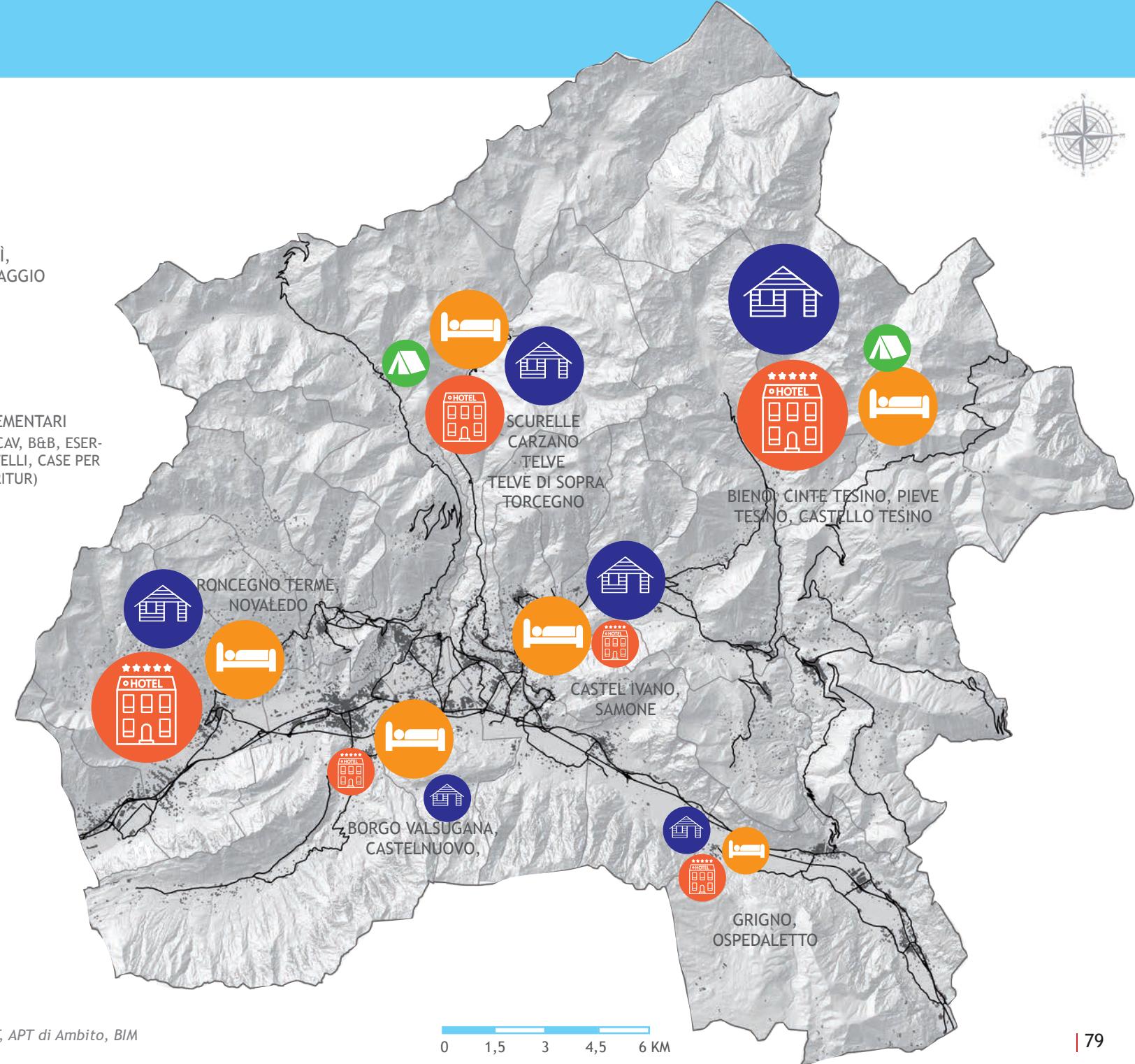
Edificato



ALBERGHI, GARNÌ,  
RESIDENCE, VILLAGGIO  
ALBERGO

ESERCIZI COMPLEMENTARI  
(AFFITTACAMERE, CAV, B&B, ESER-  
CIZIO RURALE, OSTELLI, CASE PER  
FERIE, RIFUGI, AGRITUR)

CAMPEGGI



### 5.3.3 - PROGETTO INTEGRATO DI SVILUPPO LOCALE IN VAL CALAMENTO E MUSIERA

L'iniziativa che si è avviata nella Val Calamento e sull'altopiano di Musiera coinvolge quattro amministrazioni comunali (Carzano, Telve, Telve di Sopra e Torcegno), complicando il quadro di coordinamento, ma rafforzando decisamente economie di scala dell'intervento pubblico. I quattro comuni hanno già esperienza di collaborazione sulle tematiche relative alla valorizzazione del territorio in seno alle attività dell'Ecomuseo del Lagorai.

Alla compagine pubblica si aggiungono attori di diritto privato di diverse forme: l'Ecomuseo del Lagorai, l'Oasi WWF Valtrigona e l'Associazione Albergo Diffuso Val Calamento Musiera. Questa rete di soggetti ha partecipato attivamente, a cavallo tra il 2015 e il 2016, ad un percorso di definizione di progettualità concrete per lo sviluppo e la tutela attiva dell'Ambito Territoriale Omogeneo del Lagorai in seno al Programma LIFE + Trentino Ecological Network, promosso dalla Provincia Autonoma di Trento e cofinanziato dalla Commissione Europea. Nella Carta dei Progetti frutto del percorso partecipato che ha coinvolto circa 80 soggetti tra Val di Fiemme e Valsugana-Tesino, il citato partenariato ha proposto le seguenti due azioni interessanti ai fini di questa ricerca:

- “Val Calamento Porta del Lagorai”, con l’obiettivo di dare supporto al recupero di 5 malghe di proprietà pubblica (Baessa, Valtrigona, Valtrighetta, Pozza, Ezze) a servizio, sia di tipo ricettivo (per oltre 100 posti letto) sia di ristorazione, di una rete di sentieri tematici legati alla natura, alle tradizioni e alla storia del Lagorai versante Valsugana. Al centro dell’iniziativa si colloca l’Oasi WWF della Valtrigona - l’unica Oasi WWF dell’Arco Alpino, forse il più importante hotspot naturalistico del versante meridionale del Lagorai - e la Malga Baessa. La posizione di Malga Baessa nell’ambito dell’area del Lagorai appare particolarmente favorevole rispetto ai flussi turistici ed escursionistici sia estivi sia invernali, nonché a quelli di passaggio sulla strada provinciale del Passo Manghen, confermandone la vocazione a diventare perno di riferimento per diverse attività:

- percorso escursionistico-didattico “Le Malghe e i sentieri del Lagorai Sud-Occidentale”;
- percorsi storici legati alla Grande guerra, curati dall’Ecomuseo del Lagorai;
- percorsi per conoscere la natura e le aree protette del Lagorai Sud-Occidentale.

Questa iniziativa è collocata inoltre nel più ampio contesto del programma triennale (2015-2018) previsto dal “Protocollo d’Intesa per la Conservazione Attiva e lo Sviluppo Locale Sostenibile del Territorio della Bassa Valsugana e del Lagorai” che definisce linee guida per la promozione sostenibile di un ampio territorio, di cui l’area di progetto risulta il polo centrale.

- “Albergo Diffuso Lagorai - Calamento Musiera”, in cui una serie di soggetti privati, proprietari di masi e baite, si sono costituiti in forma associativa nel gennaio del 2016 con l’intento di mettere in rete le proprie proprietà e costituire un’offerta integrata di ricettività turistica basata sul consistente patrimonio edificato privato e pubblico e le numerose opportunità di turismo naturalistico, gastronomico e culturale (storico soprattutto) presenti nell’area. Ad oggi le strutture associate sono una dozzina per un totale di più di 80 posti letto, con la possibilità di estendere l’iniziativa alle strutture risto-ricettive già presenti sul territorio (La Ruscoletta e il Laghetto in Musiera, e la Locanda Lagorai in Val Calamento).

Le due iniziative, che di fatto hanno la stessa “cabina di regia” e insistono sullo stesso territorio, sono

evidente frutto di un ragionamento strategico di medio periodo sullo sviluppo turistico, e non solo, condiviso dai diversi stakeholder. In questo quadro l’ospitalità diffusa rappresenta un elemento centrale per la fruibilità stessa del territorio.

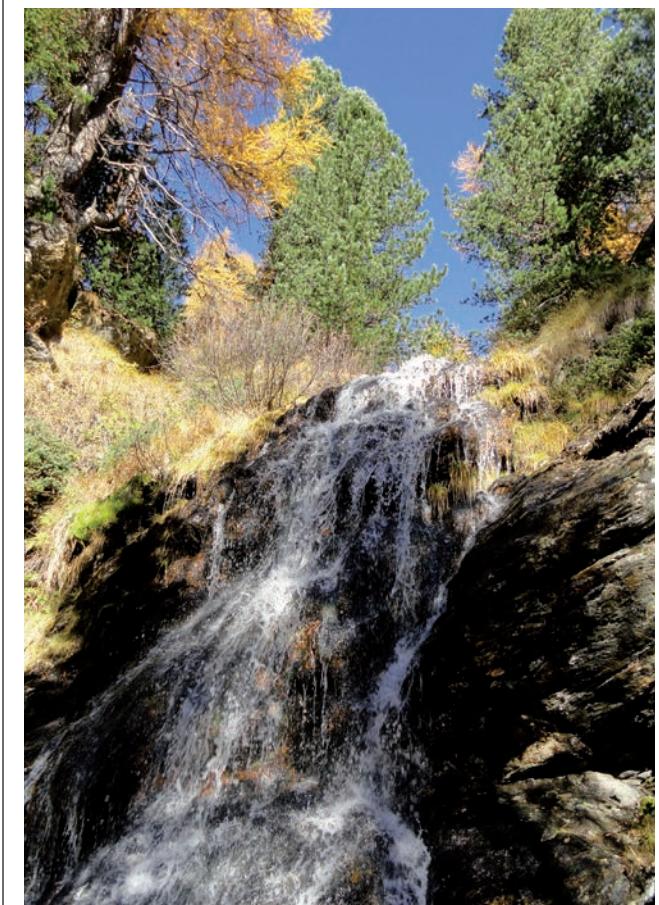


Foto: Cascata della Brentana, Val Campelle - Scurelle

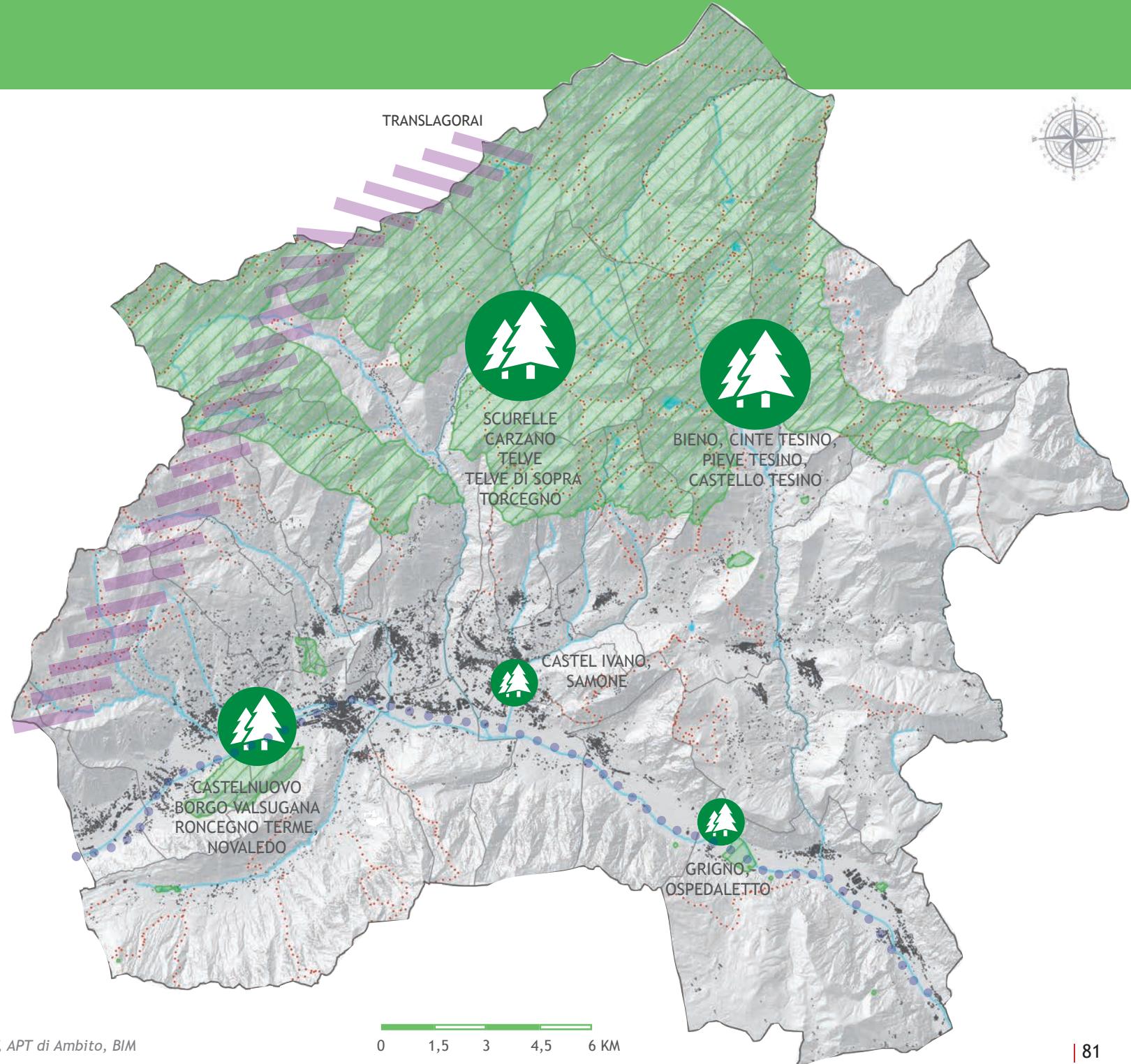
# VALSUGANA E TESINO

## PUNTI DI INTERESSE NATURALISTICI

0-10      10-20      >20



VIA DEL BRENTA



Fonte: elaborazioni Agenda 21 consulting srl su dati ISPAT, APT di Ambito, BIM



Foto: Bieono Panorama Ph Story Travelers. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

## VALSUGANA E TESINO



### PUNTI DI INTERESSE CULTURALE (SITI)

0-10      10-20      >20



VIA CLAUDIA AUGUSTA

SENTIERO DELLA  
PACE

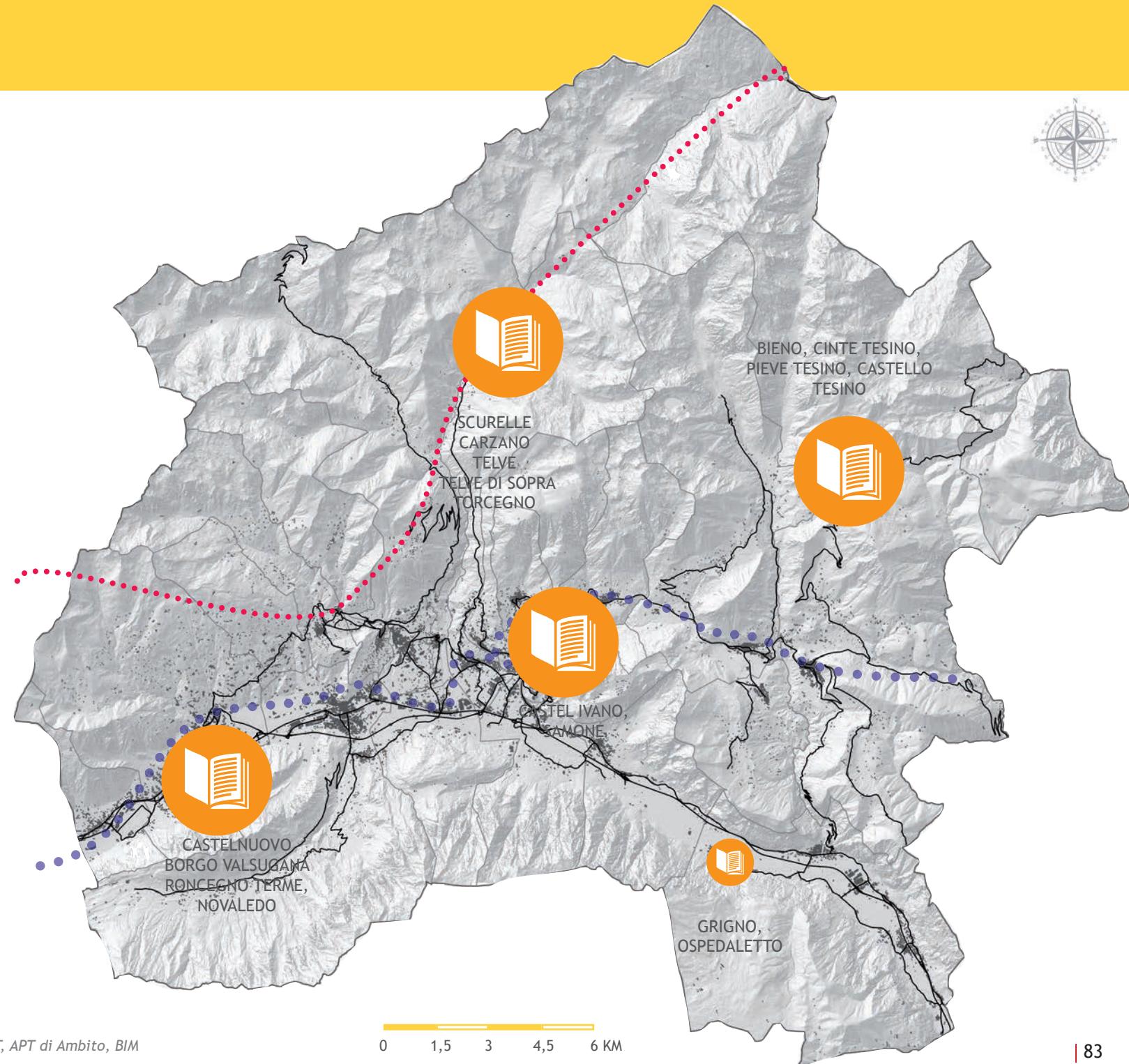




Foto: Bassa Valsugana: panorama Telve Ph Story Travelers. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

## VALSUGANA E TESINO



### PUNTI DI INTERESSE CULTURALI (eventi)

0-10      10-20      >20

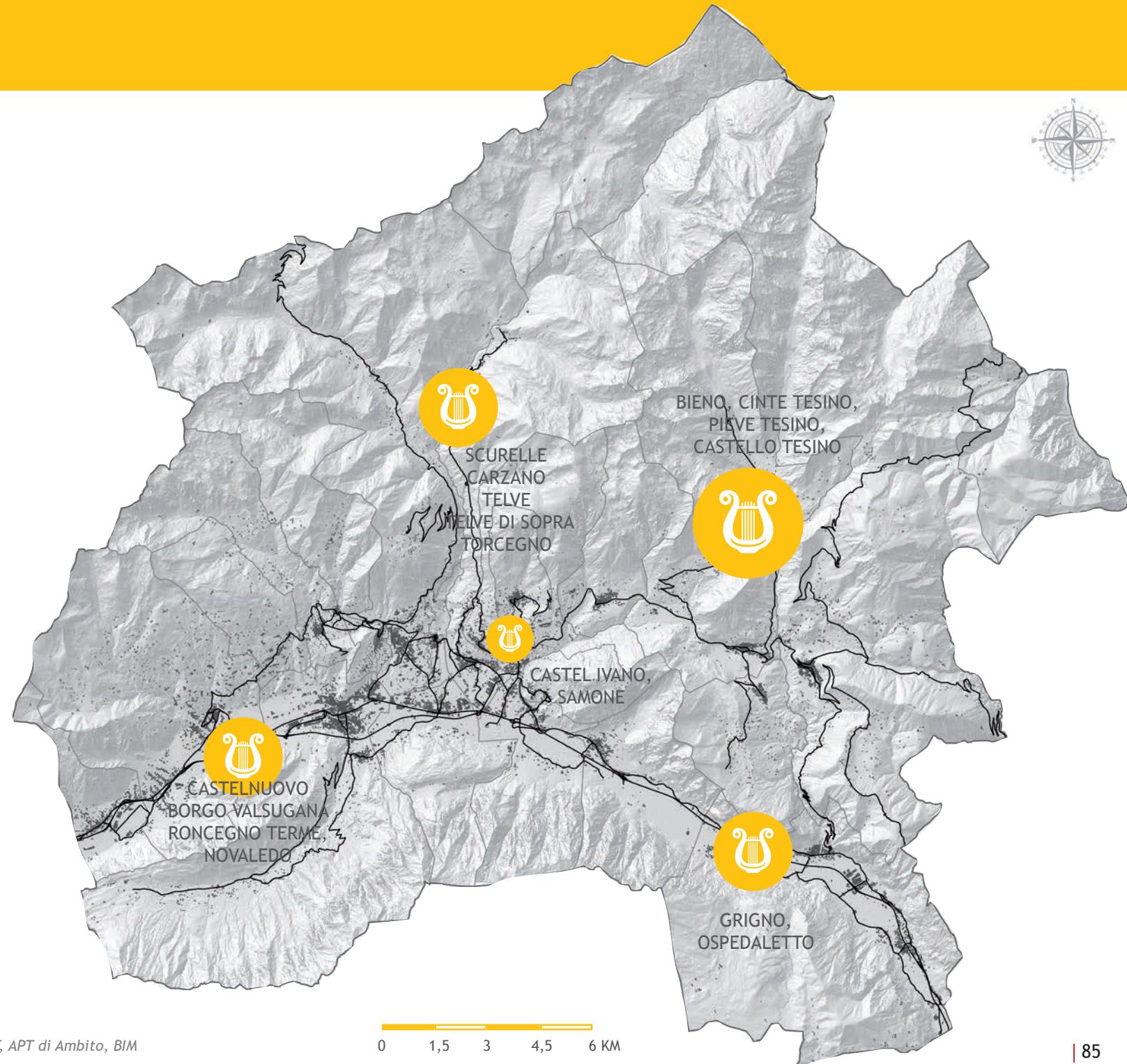




Foto: Malga Rava di Sopra Ph C. Facen. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

# VALSUGANA E TESINO



## PRODUZIONI TIPICHE LOCALI E MALGHE

0-10      10-20      >20



◆ MALGHE

••• FORMAGGIO DI  
MALGA LAGORAI (PRESIDIO  
SLOW FOOD)

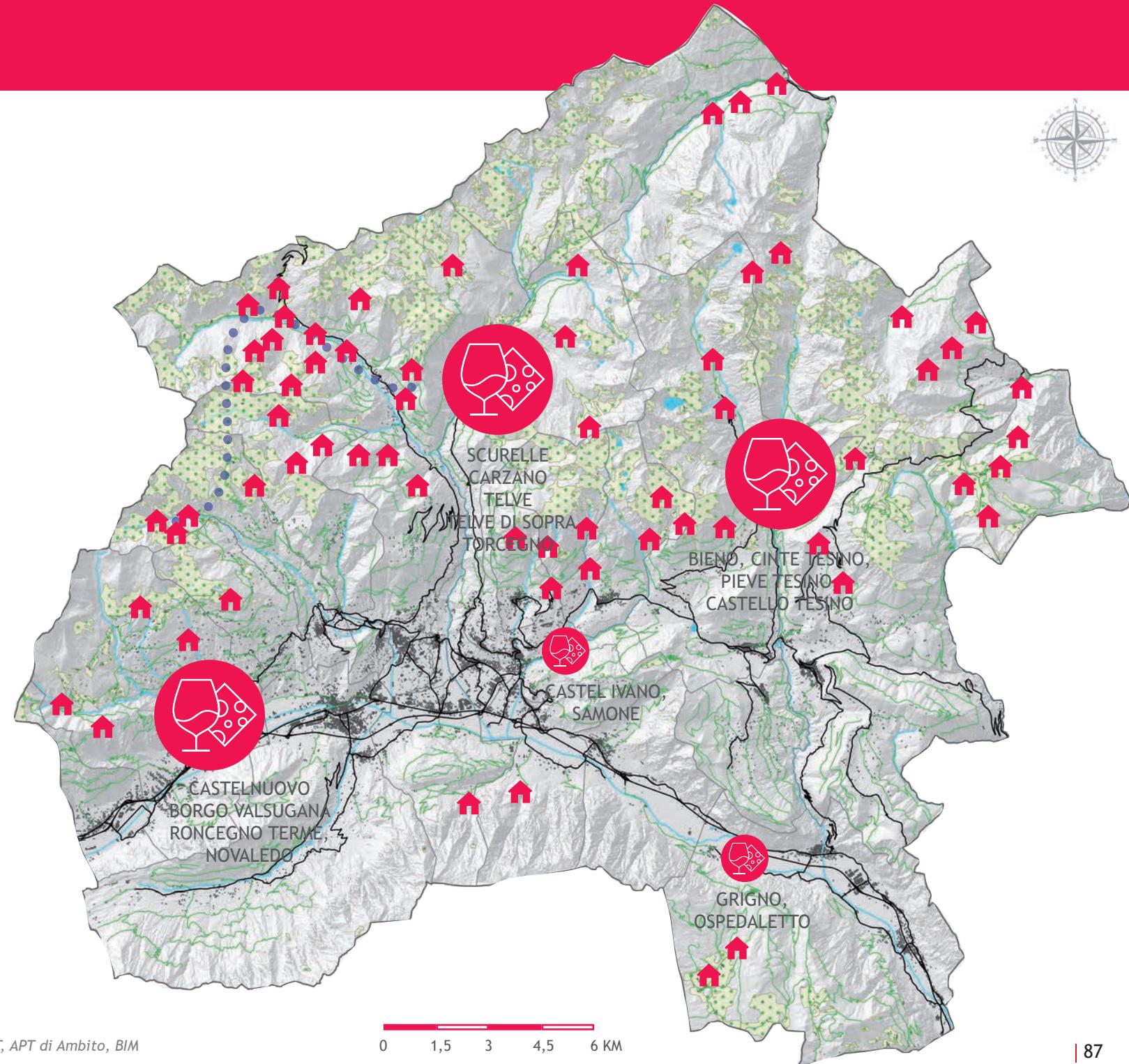




Foto: Bassa Valsugana: OASI WWF Telve Ph Franco Voglino Annalisa Porpora. APT Valsugana Lagorai - Terme - Laghi

# VALSUGANA E TESINO



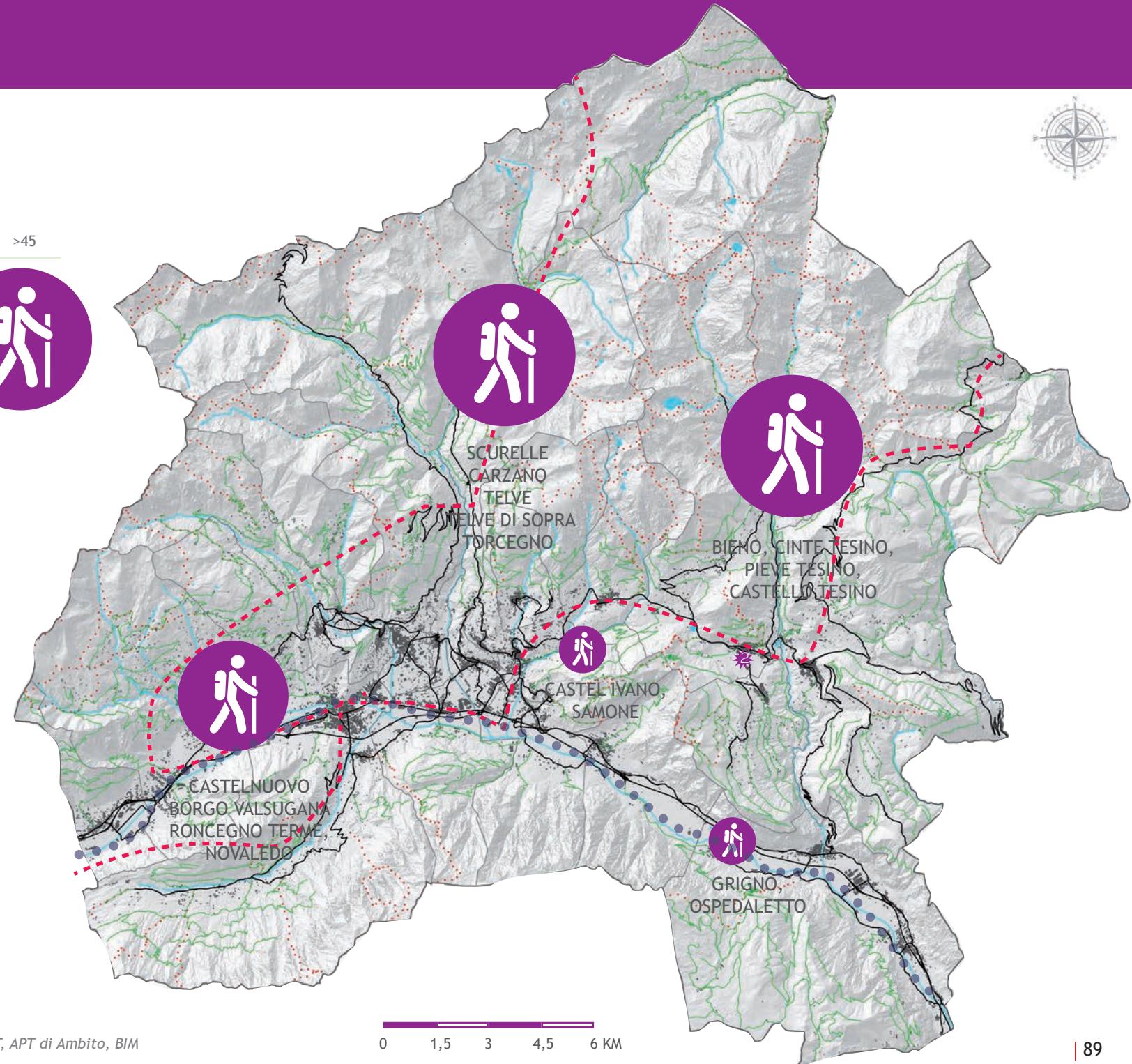
## PUNTI DI INTERESSE OUTDOOR

0-15      15-30      30-45      >45



CICLABILE  
DELLA  
VALSUGANA

IPPOVIA DEL TRENTINO  
ORIENTALE



## 5.4 - L'AMBITO TURISTICO SAN MARTINO DI CASTROZZA PASSO ROLLE PRIMIERO E VANOI

L'attuale offerta turistica dell'Ambito Turistico San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi ruota intorno alle Pale di San Martino, il gruppo più esteso delle Dolomiti, che qui rappresenta un forte elemento identitario. Lo sviluppo turistico di questa area del Trentino ha origini lontane quando, fin da fine '800, le Pale di San Martino e il paesaggio dolomitico attirarono in Primiero escursionisti e alpinisti provenienti da tutta Europa. Ma è solo con gli anni Sessanta e Settanta che si diffonde un turismo di massa, legato principalmente agli sport invernali, con lo sviluppo di un'importante offerta ricettiva concentrata nella zona di San Martino e degli abitati di Fiera di Primiero, Siror e Tonadico. Il turismo diventa l'elemento distintivo del territorio, il motore trainante del tessuto sociale ed economico. Si sviluppano i servizi, così come l'offerta di seconde case e di appartamenti ad uso turistico.

Il Primiero conta su un'offerta turistica articolata, con circa un centinaio di strutture alberghiere di cui il 40% localizzato a San Martino di Castrozza ed altrettanto nei paesi del fondovalle. I posti letto negli alloggi privati sono quasi 7.000, distribuiti prevalentemente (90%) nella zona Primiero-Vanoi, quelli nelle seconde case sono oltre 12.000, di cui il 60% nella zona del fondovalle, il rimanente nella zona San Martino/Passo Rolle. Oggi le presenze nell'ambito turistico superano quota 400.000 durante l'estate, più concentrate nel fondovalle, e 315.000 durante l'inverno, a favore soprattutto dell'area di San Martino/Passo Rolle. Oltre al paesaggio dolomitico, un altro elemento di forte caratterizzazione territoriale è rappresentato dal Parco Naturale di Paneveggio Pale di San Martino. Un ambiente integro che si sviluppa su quasi 200 kmq di territorio incontaminato. Il Parco gioca un ruolo strategico per lo sviluppo del turismo naturalistico ed escursionistico, dando valore aggiunto ad un territorio dove ambiente e paesaggio sono elementi distintivi. Il Parco diventa sinonimo di integrità, sostenibilità, tutela ma anche di valorizzazione e accessibilità al territorio.

Focalizzando il ragionamento sulla possibilità di avviare un progetto di ospitalità diffusa in Primiero, è importante sottolineare una delle peculiarità distinte di quest'ambito che potrebbe rappresentare un fattore di vantaggio. Il Primiero infatti ospita uno dei più ricchi patrimoni di masi del Trentino, sia dal punto di vista quantitativo, sia dal punto di vista qualitativo (inteso come varietà e stato di conservazione delle strutture). I circa 4.000 masi presenti - nella loro composizione classica: casera, stalla/fienile e fondo prativo - sono in buona parte ancora ben conservati, anche se per lo più hanno perso la loro funzione attiva di supporto alla produzione casearia di montagna.

Escludendo la zona di San Martino di Castrozza/Passo Rolle, più vocata ad un'offerta turistica classica, e così anche il fondovalle in cui si concentrano le strutture turistiche tradizionali, le zone maggiormente vociate potrebbero essere quelle che fino ad oggi sono restate ai margini dello sviluppo turistico tradizionale:

- il Vederna - San Giovanni (Imer, Mezzano, Transacqua);
- il Vanoi (Canal San Bovo);
- il Mis (Sagron Mis).

Non considerando l'area del Mis che ricade fuori dall'ambito del BIM Brenta, lo studio ha approfondito il contesto delle altre due, dove si registrano progettualità e iniziative diverse che hanno già immaginato come perno centrale l'ospitalità diffusa.

### PRIMIERO

*L'ambito turistico è sostanzialmente diviso in tre contesti: la zona del nuovo Comune di Primiero San Martino di Castrozza, il Vanoi e la zona Sud-Orientale che interessa i territori comunali di Imèr e Mezzano. Il contesto a turismo maturo di Primiero San Martino di Castrozza vede un'alta numerosità di hotspot outdoor (cifra turistica dell'ambito), legati sia agli sport invernali sia alle attività escursionistiche estive, e registra una appena sufficiente densità di hotspot nelle altre categorie. Un'attrattività turistica attuale che giustifica solo in parte la vasta disponibilità di posti letto, sia nell'alberghiero (la più alta tra tutti i Comuni del BIM Brenta) sia nell'extra-alberghiero, in particolare negli alloggi privati e seconde case. Gli altri due contesti, storicamente aree più marginali rispetto al turismo, mostrano una densità di hotspot più equilibrata rispetto all'attuale offerta ricettiva, con il Vanoi leggermente più ricco di hotspot rispetto all'area di Mezzano e Imèr. Due appaiono i tratti distintivi dell'ambito turistico in questione: l'esistenza di un vasto e ben conservato patrimonio malghivo (comprendendo masi e malghe), distribuito quasi equamente su tutto il territorio e la presenza di un'importante area protetta (Parco Naturale Paneveggio e Pale di San Martino) che copre circa metà del territorio. La buona densità di hotspot natura e di hotspot legati alle produzioni tipiche sono naturale conseguenza di questi due elementi distintivi.*

# PRIMIERO

## STRUTTURE RICETTIVE (n.)

<15      15-30      30-45      >45



<10      10-20      >20



<5      5-10      >10



## ALTRO (SECONDE CASE E ALLOGGI PRIVATI)

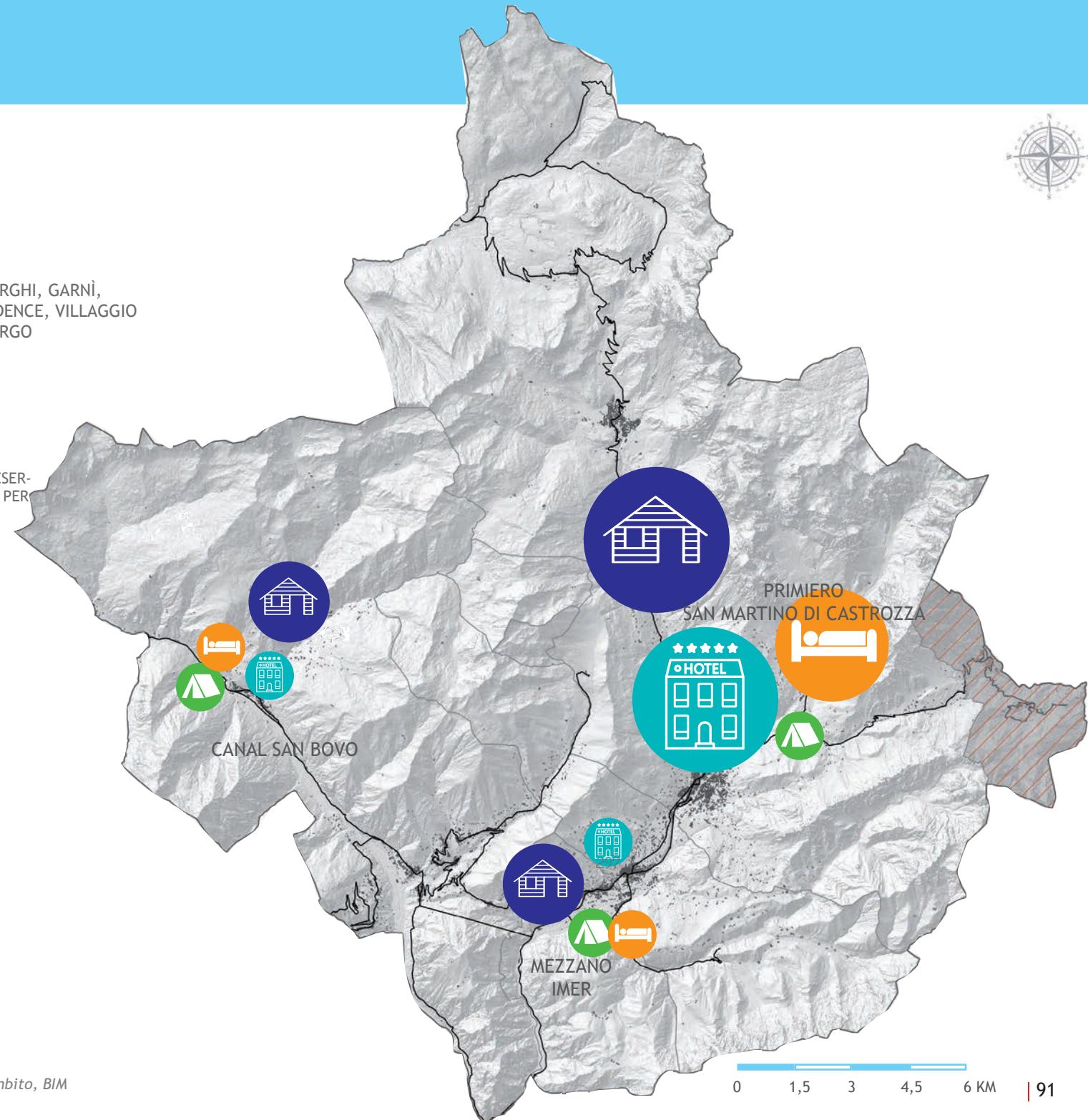
<500      500-1000      1000-2000      >2000



Confini comunali

Viabilità principale

Edificato



#### 5.4.1 - PROGETTO TRACCE SULL'ALPE VEDERNA, ALPE SAN GIOVANNI

L'area di media montagna dei Comuni di Imer e Mezzano, e dell'ex Comune di Transacqua (oggi parte integrante del Comune di Primiero San Martino di Castrozza), storicamente è sempre stata più vocata alle attività zootecniche e agricole di montagna rispetto al turismo. Ma gli orizzonti stanno cambiando, così come cambiano il turismo e le sue dinamiche. Il collettivo primierotto di progettazione architettonica e del paesaggio Mimeus, in affiancamento con la locale Cooperativa di ricerca TeSto (Territorio, Storia e Società), sta sviluppando dai primi mesi del 2016 un innovativo progetto di sviluppo turistico basato sull'ospitalità diffusa su quest'area, che rappresenta lo spartiacque naturale tra la zona del Primiero e la zona del Feltrino. Il progetto si sta concentrando su un gruppo di proprietari/gestori di masi e malghe in buono stato di conservazione, già disponibili alla sperimentazione, che costituirebbero il primo nucleo di ospitalità diffusa.

Strutture ricettive	Numero	Posti letto (potenziali*)
Case Forestali e simili (pubblico)	4-6	30-50
Rifugi e bivacchi gestiti (pubblici a gestione privata/associativa)	10	200
Baite e Masi privati	13-15	30-35
Strutture ricettive private a gestione consortile	2	18-20
TOTALE	~30	~280

Fonte: Cooperativa Testo, rielaborazione Agenda 21.

\* Posti letto stimati considerando lo stato di fruibilità/conservazione delle strutture e la loro superficie media.

Uno degli aspetti più interessanti per le finalità di questo studio è l'intenzione di coinvolgere nel progetto il Consorzio di Miglioramento Fondiario di Imer e Mezzano, quello dell'Alpe Vederna e quello di San Giovanni. Questi soggetti di natura collettiva, eredi di una tradizione secolare di gestione comunitaria delle risorse, stanno diventando sempre più determinanti non solo per lo sviluppo agro-silvo-pastorale del territorio, ma anche per il rilancio turistico. La storica gestione consortile dei fondi e delle proprietà di montagna, simile per certi versi a quella presente nella vicina Val di Fiemme, è una caratteristica peculiare dell'area di questo progetto. Includere questa particolare tipologia di proprietario rappresenta un valore aggiunto nell'ottica di sviluppo di un progetto di ospitalità diffusa, per tre ordini di motivi:

- è portatore di una propensione culturale alla gestione orizzontale e comunitaria del territorio e delle sue risorse, ivi compresi gli immobili;
- può mutuare le regole della gestione comunitaria delle risorse nello sviluppo dell'offerta ricettiva, mitigando in partenza le spinte centrifughe degli interessi particolari di ogni privato, che come abbiamo visto rappresenta un elemento di debolezza strutturale delle strutture di ospitalità diffusa;
- può garantire un legame con la rete di produttori, facilitando le filiere.

Il progetto è ancora nelle sue fasi di studio (mappatura e coinvolgimento degli attori) e, ad oggi, non sono ancora fissati termini e tempistiche di avvio delle attività. Verosimilmente nel corso della primavera - estate 2017 si avranno i primi risultati in termini di adesione dei soggetti, individuazione dei punti da sviluppare e dei principali interventi da eseguire.

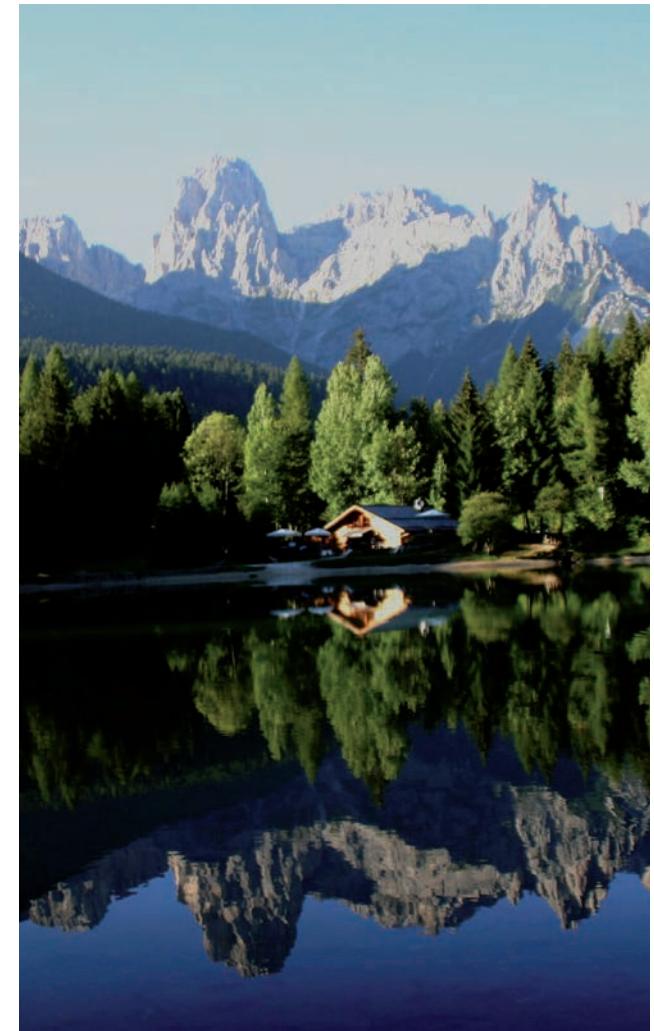
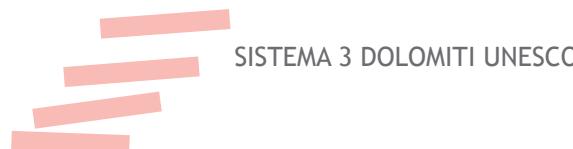


Foto: Laghetto Welsberg Ph Aldo Miele. APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

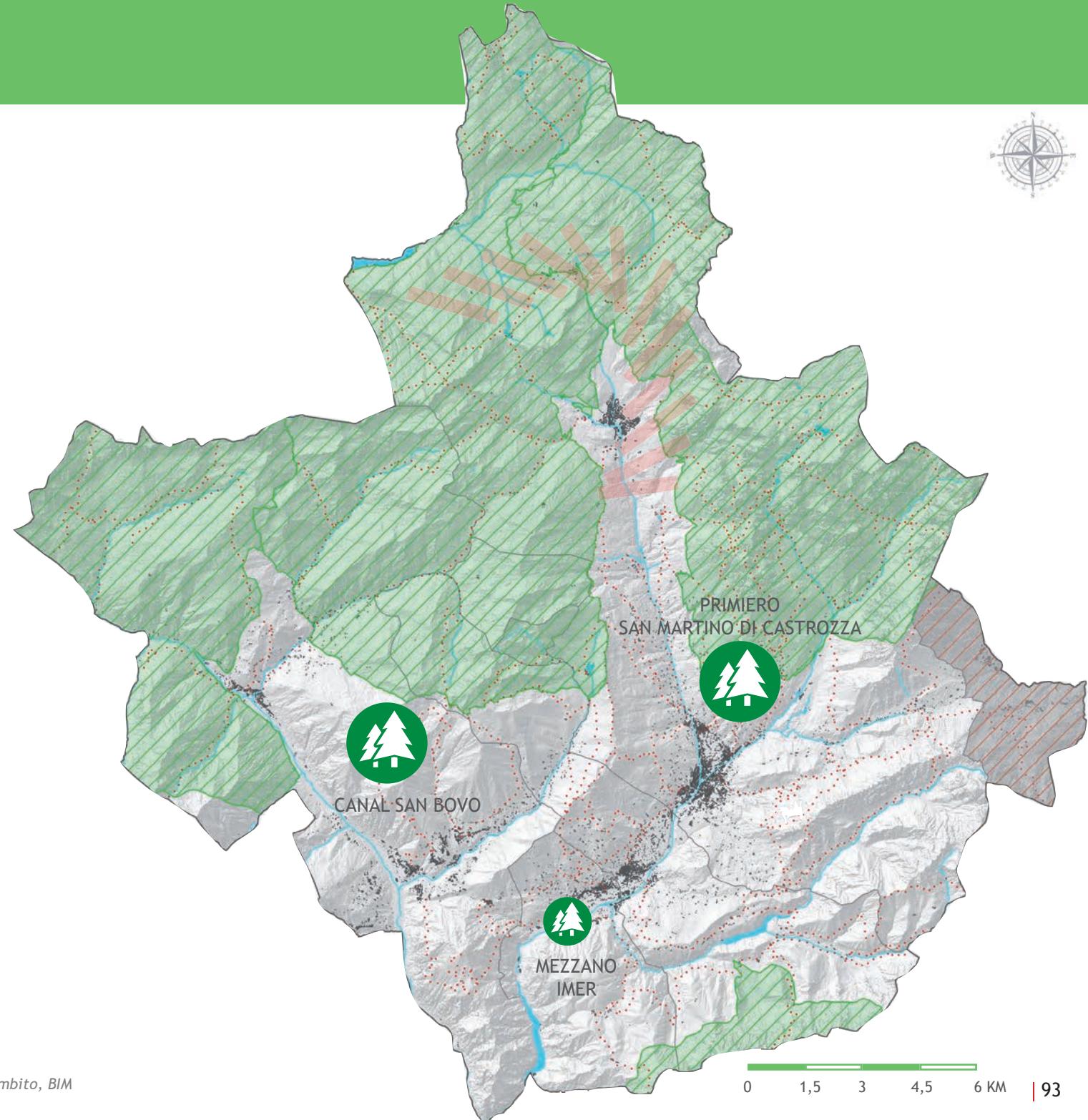
# PRIMIERO

## HOTSPOTS NATURALISTICI

0-10      10-20      >20



SISTEMA 3 DOLOMITI UNESCO



#### 5.4.2 - PROGETTO DI ALBERGO DIFFUSO DEL VANOI

Il Comune di Canal San Bovo, nel 2008, commissionò uno studio di fattibilità per l'avvio di un albergo diffuso nelle contrade di media montagna di Zortea e Cicona, sulla destra orografica del Vanoi. Lo studio di fattibilità, realizzato poi tra il 2009 e il 2010, fu propedeutico alla richiesta di consistenti finanziamenti pubblici, in gran parte erogati dalla Provincia Autonoma di Trento, per l'avvio di una start-up di ricettività turistica diffusa. Lo studio realizzò nel dettaglio:

- un inventario degli hotspot turistici del Vanoi;
- una stima degli investimenti necessari con un piano di rientro economico;
- delle linee guida architettoniche per gli interventi di recupero;
- una valutazione sulla forma giuridica con cui vestire il soggetto gestore dell'albergo diffuso, con relativa bozza di statuto fondativo.

Arrivarono i finanziamenti provinciali (circa 900.000 €), vennero realizzati gli interventi strutturali nelle due contrade, fu redatto un disciplinare tra gli operatori pubblici e privati e, nel 2012, nacque una cooperativa di gestione (Cooperativa Albergo Diffuso Vanoi s.c.a.r.l.). Dopo neanche quattro anni, il 14 maggio 2016 la cooperativa "Albergo Diffuso Vanoi" viene sciolta e liquidata e il progetto di ospitalità diffusa di fatto fallisce.

Attraverso alcune interviste realizzate sul territorio, soprattutto con i rappresentanti del Comune di Canal San Bovo e dell'Ecomuseo del Vanoi, e analizzando i documenti - partendo innanzitutto dallo studio di fattibilità realizzato da Ivo Rossi, Enrico Ferrari e Roberto Pezzato "Studio di fattibilità Albergo Diffuso Vanoi" - si è cercato di evidenziare le concause che hanno portato a questo fallimento. Le considerazioni che seguono devono servire da lesson learnt per future iniziative in tal senso, e non rappresentano un giudizio sulla bontà del progetto e delle sue intuizioni in valore assoluto.

##### LA MANCANZA DI EQUILIBRIO TRA PUBBLICO E PRIVATO COME FATTORE DI RISCHIO

L'intuizione alla base dell'iniziativa Albergo Diffuso Vanoi ha un nome e un cognome: Luigi Zortea, indimenticato sindaco di Canal San Bovo, perito nella tragedia aerea dell'Airbus 447 dell'Air France precipitato nell'Oceano Atlantico il 1° giugno del 2009. La tragica conclusione di quell'amministrazione comunale (2010), protagonista dell'iniziativa, garante degli investimenti pubblici e degli interessi della comunità, mise in crisi fin da subito il progetto che proprio in quel momento aveva mosso i primi passi. Nel momento in cui il Comune di Canal San Bovo smette di ricoprire questo importante ruolo, la compagnia privata non riesce di fatto a subentrare con forza alla guida del progetto. L'amministrazione seguente (2010-2015) non dimostra un interesse forte nei confronti dell'iniziativa, che rimane sostanzialmente orfana della sponda pubblica locale. Viene a mancare quindi una visione di insieme, il progetto perde le sue qualità di convergenza tra interesse pubblico e interesse privato e diventa un'impresa di pochi invece che di comunità. Una forte convergenza tra pubblico e privato resta un elemento necessario, anche se non sufficiente, per il successo di un progetto di ospitalità diffusa. Un'iniziativa a sola conduzione pubblica non garantisce continuità nel tempo: le giunte cambiano ogni cinque anni, e con loro il sostegno e le sensibilità nei confronti del progetto. Viceversa la sola regia privata - la deriva imprenditoriale a cui fa riferimento anche Dall'Ara in "Ripartire dalla Bellezza" (Droli, Dall'Ara 2012) - fa saltare le regole di

ingaggio tra la comunità e il progetto turistico, snaturando quest'ultimo anche agli occhi del visitatore.

##### L'INQUADRAMENTO LEGISLATIVO PROVINCIALE SUGLI "ALBERGHI DIFFUSI" TROPPO STRINGENTE

Gli alberghi diffusi si sono affermati come fenomeno nella prima decade dei Duemila, spingendo il legislatore ad un inquadramento normativo. Proprio a cavallo tra il 2007 e il 2008, quando l'iniziativa Albergo Diffuso Vanoi vedeva la luce, anche la Provincia di Trento interviene in materia. Tra tutte le leggi regionali che regolamentano il fenomeno, quella trentina è la più fedele alla versione da manuale di albergo diffuso, lasciando scoperte tutte le altre forme meno note della stessa famiglia, che quindi non riconosce e non sostiene. In Friuli Venezia Giulia, per esempio, il legislatore regionale fa ricadere una vasta gamma di tipologie di ospitalità diffusa sotto la denominazione "albergo diffuso", legandone il riconoscimento di fatto unicamente a una consistenza minima di posti letto (80).

Come visto, il legislatore pone una serie di vincoli, di cui il più stringente è quello della distanza massima da percorrere a piedi (quindi non "in linea d'aria") tra il punto di accoglienza principale (la reception) e la più lontana unità abitativa di accoglienza. Inizialmente questa distanza massima è posta a 250 metri (come da Manuale di Dall'Ara), poi estesa nel 2008 a 500 metri, per massimo il 50% dei posti letto.

Il problema nasce quando dal testo della legge ci si sposta sul territorio trentino, soprattutto nelle aree montane marginali allo sviluppo turistico classico, che rappresentano il terreno fertile per un progetto di ospitalità diffusa, come

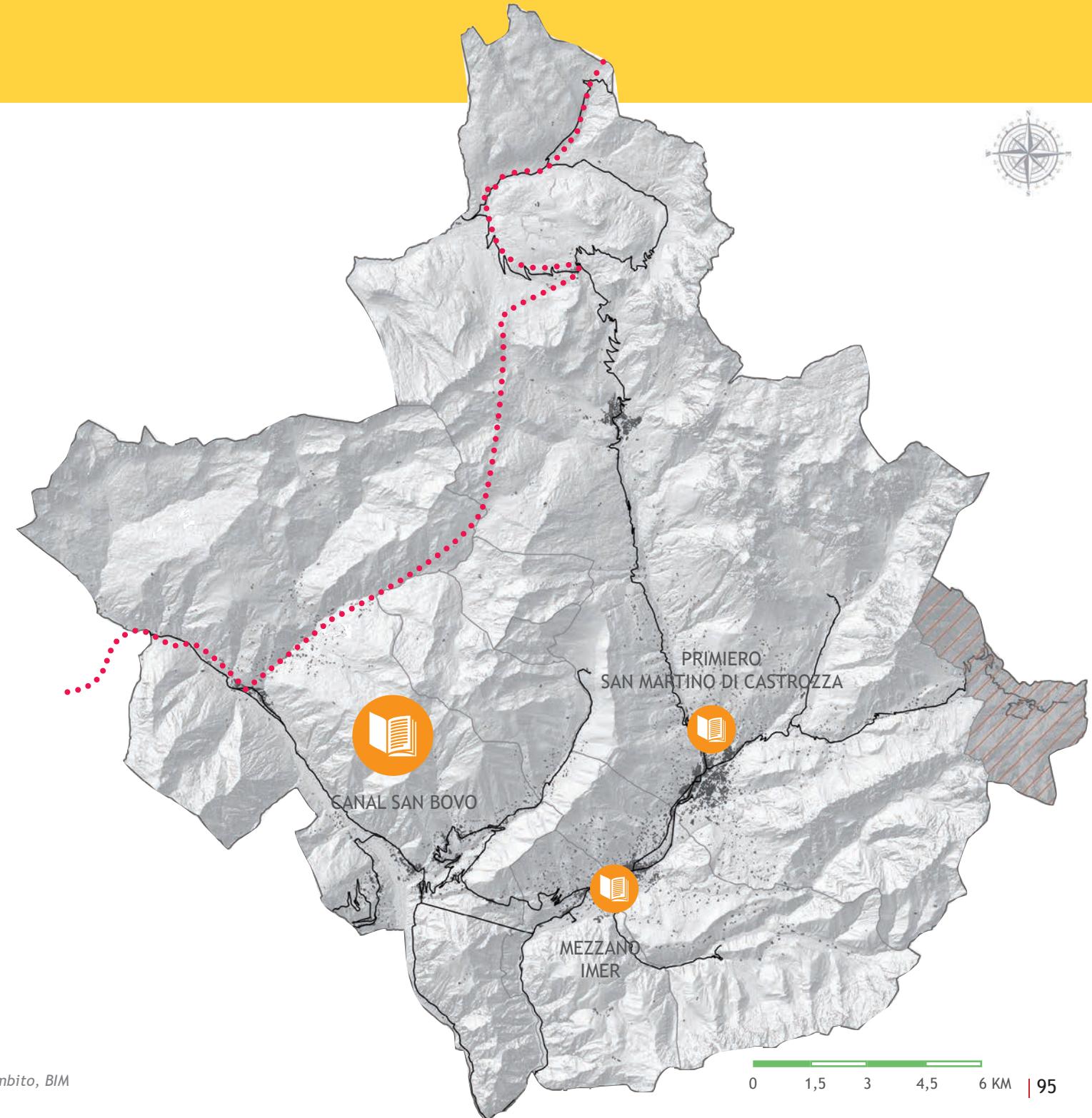
# PRIMIERO

## PUNTI DI INTERESSE CULTURALE (SITI)

0-10      10-20      >20



SENTIERO DELLA  
PACE



appunto il Vanoi. Il contesto insediativo fatto di minuscole frazioni e case sparse, il vasto e ricco patrimonio malghivo, gli hotspot turistici più validi sono sparpagliati su un territorio montano ampio, distribuiti su altitudini diverse e a distanze che sono nell'ordine dei chilometri e non delle centinaia di metri, pur facendo parte di un unicum turistico riconosciuto e riconoscibile. Il legaccio della distanza massima che il legislatore pone al progetto determinò l'esclusione di tutta una rete di baite e masi potenzialmente pronta per entrare nel progetto, che avrebbe sicuramente aumentato l'attrattiva turistica dell'iniziativa, che invece ne è uscita penalizzata. Nei casi di successo analizzati in precedenza, si evidenzia come la media delle distanze massime tra reception e il più lontano posto letto si attesta sugli 8 km, con la punta massima rappresentata dai quasi 20 km dell'Albergo Diffuso Valcellina - Val Vajont. E pare di tutta evidenza come queste strutture "più diffuse" presentino delle condizioni insediative e di contesto molto simili al Vanoi, e ad altre aree montane del Trentino.

#### LA BASSA PROPENSIONE AL RISCHIO DEL SETTORE PRIVATO, SOPRATTUTTO IN ANNI DI CRISI

Il Trentino, più marcatamente di altri territori del nostro Paese, è caratterizzato da un protagonismo importante del settore pubblico, rispetto all'iniziativa privata. Questo ha determinato negli anni una sempre meno spiccata propensione al rischio d'impresa. Soprattutto nelle aree più periferiche come il Vanoi, gli incentivi pubblici rappresentano di fatto una condizione sine qua non per l'avvio di una qualsivoglia iniziativa imprenditoriale con un periodo medio-lungo di rientro del capitale investito. Dopo lo stanziamento iniziale a favore del progetto da parte della Provincia - che come abbiamo visto fu impegnato principalmente in opere di ripristino e ammodernamento delle strutture pubbliche e private coinvolte (una media di 60.000 € per struttura) - i privati non investirono le risorse necessarie per sviluppare e trasformare la cooperativa in una vera e propria Destination Management Organization (DMO), capace di vendere posti letto e servizi. Gli interessi particolari non trovarono sintesi in una visione comune, soprattutto dopo aver perso l'appoggio dell'amministrazione locale, come abbiamo visto. Probabilmente su questo contesto, come su altri, ha inciso anche l'insicurezza generata dalla crisi economica mondiale, che proprio dal 2010 cominciava a far sentire i suoi effetti anche sul mercato del turismo e in particolare in Vanoi, con una diminuzione delle presenze nelle poche strutture alberghiere e una sostanziale stagnazione nell'extra-alberghiero.

Con il fallimento del progetto Albergo Diffuso Vanoi non si esauriscono però le possibilità che si svilupperà in futuro un'iniziativa di ospitalità diffusa in Vanoi. Detto ciò è però di tutta evidenza che in questo momento il contesto pare compromesso da questa esperienza negativa, e che quindi pare improbabile che nell'immediato futuro possa avviarsi un'iniziativa simile.

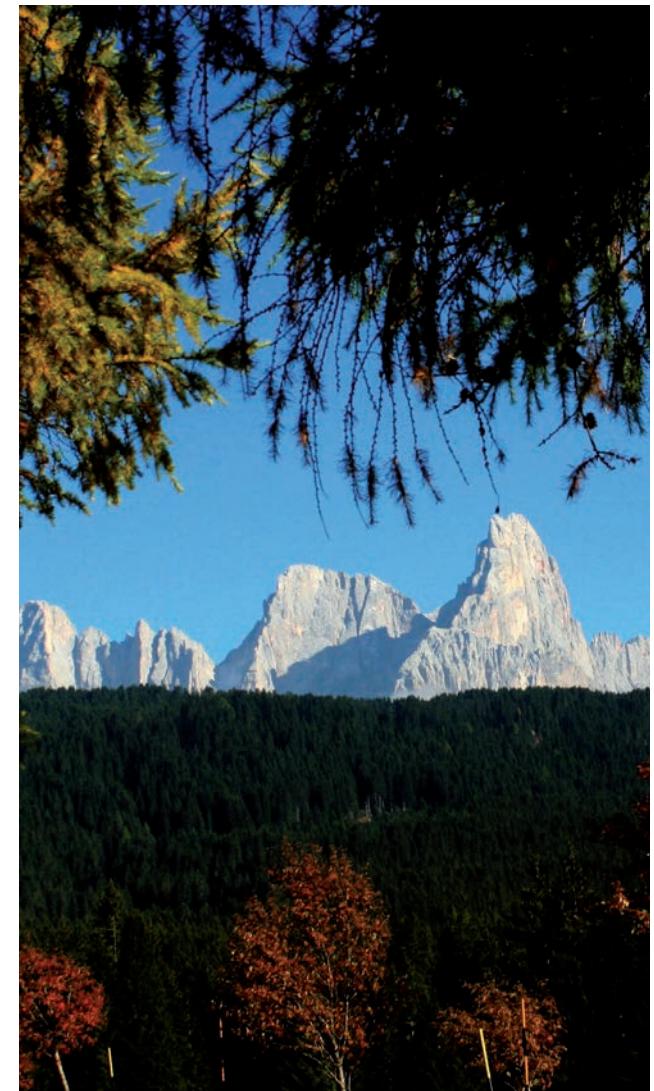


Foto: Ph Aldo Miele. APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

# PRIMIERO



PUNTI DI INTERESSE CULTURALI (eventi)

0-10    10-20    >20

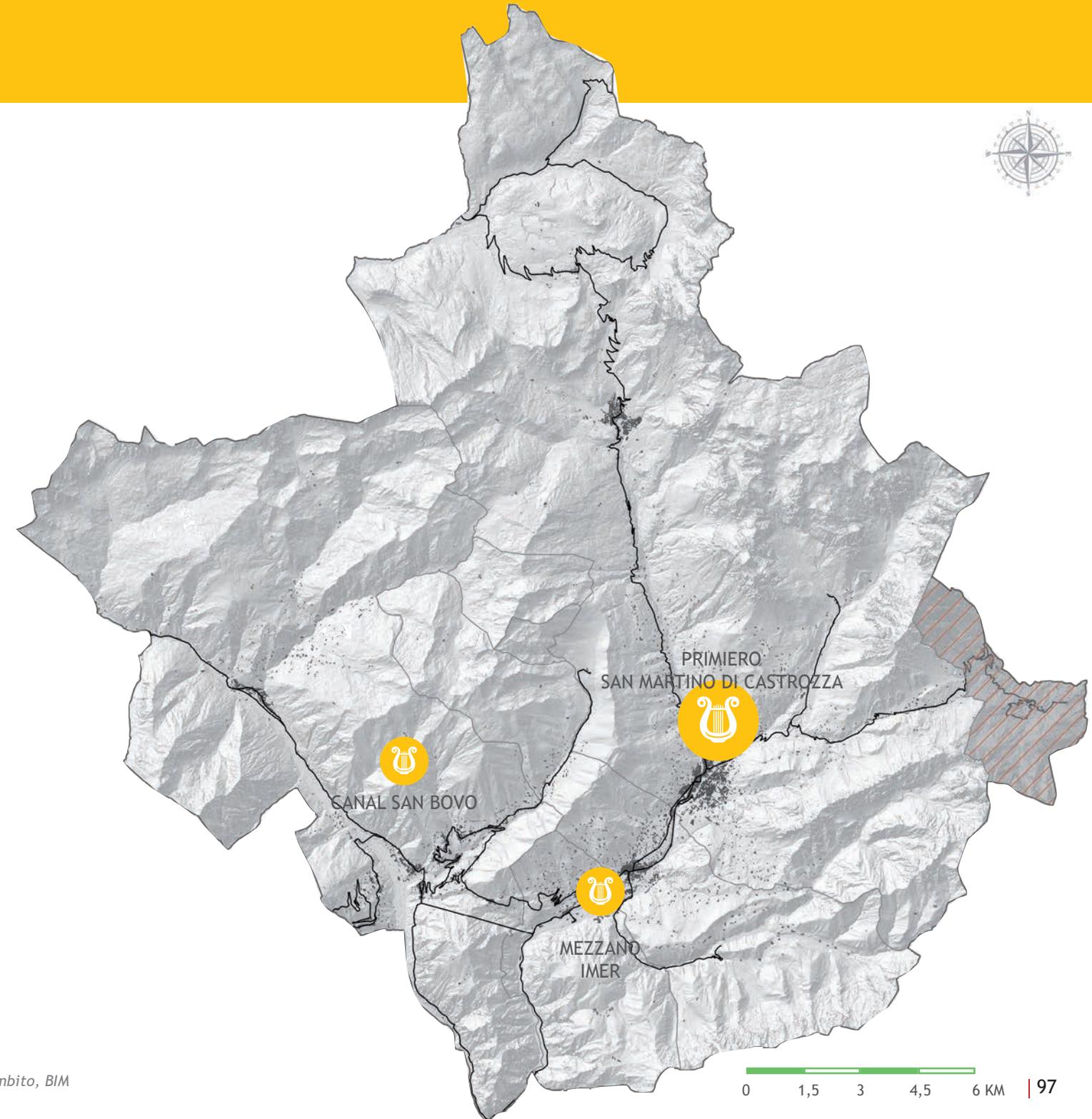




Foto: Radura San Giovanni Ph Tommaso Forin. APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi

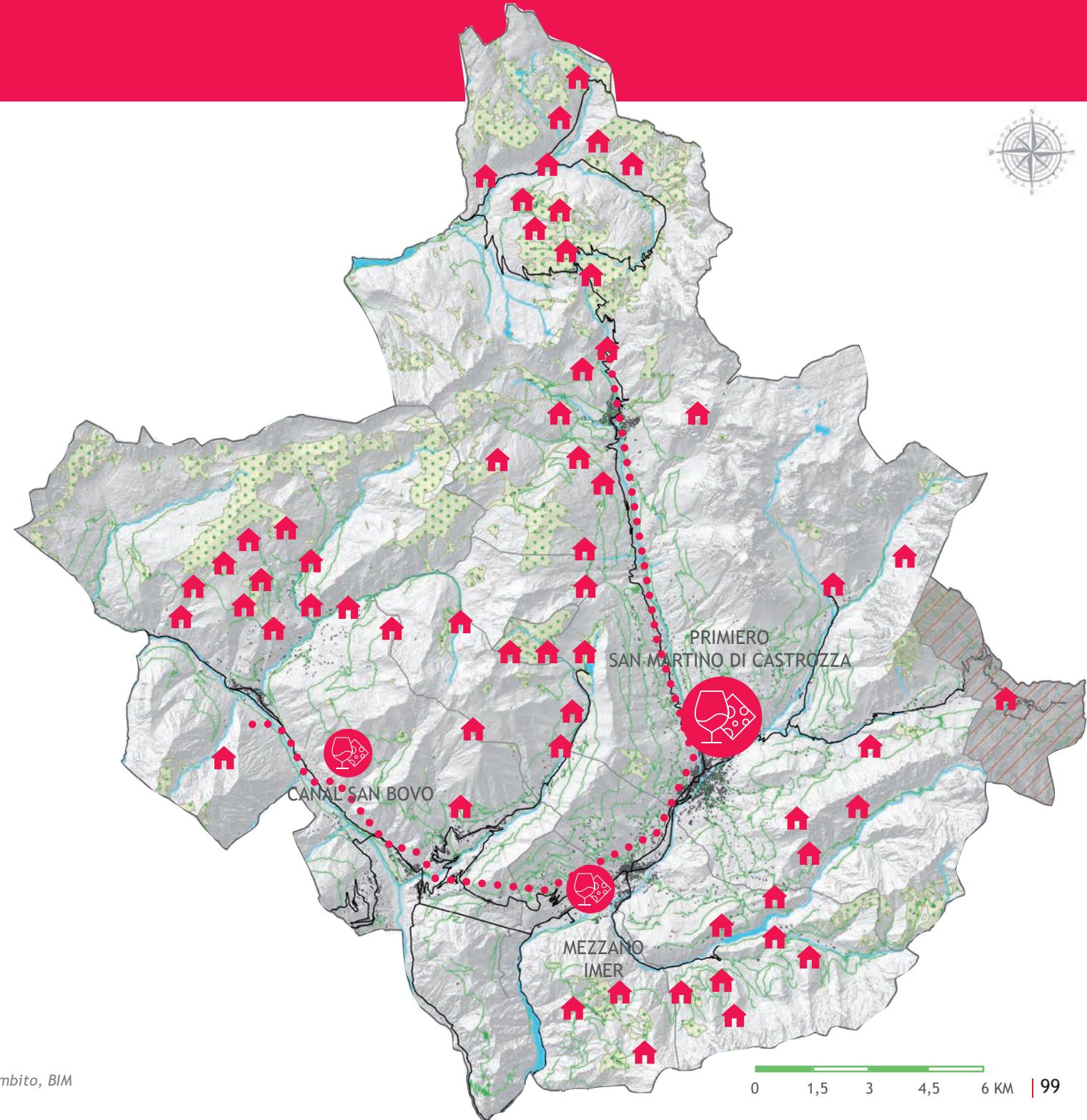
# PRIMIERO

## PRODUZIONI TIPICHE LOCALI E MALGHE

0-10      10-20      >20



◆ MALGHE  
STRADA DEI FORMAGGI DELLE DOLOMITI





# PRIMIERO

## HOTSPOTS OUTDOOR-BENESSERE

0-15      15-30      30-45      >45



IPPOVIA DEL TRENTO  
NORIENTALE



## 5.5 - VACANZE IN BAITA

In questo paragrafo si analizzerà il progetto di club di prodotto di Vacanze in Baita: come nasce, come è strutturato e quali sono i risultati concreti apprezzabili sul mercato turistico. Ai fini di questo studio, questa analisi può aiutarci a:

- capire se un'offerta di ricettività orizzontale che insiste sul territorio del BIM Brenta sia credibile sul mercato turistico;
- fornire un elemento in più per tracciare un profilo delle aree più vocate allo sviluppo di ospitalità diffusa, come possibile evoluzione dell'esperienza di Vacanze in Baita.

### 5.5.1 - NASCITA E SVILUPPO

Il progetto Vacanze in Baita nasce nel 1997 su fondi del Programma europeo L.E.A.D.E.R., con l'obiettivo di recuperare il patrimonio malghivo delle aree svantaggiate del Trentino e riconvertirlo a uso ricettivo. L'ambito che ha beneficiato sicuramente di più degli altri di questa iniziativa è stato quello della Valsugana, e in particolar modo l'area montana del versante meridionale Lagorai, da Roncegno alla Conca del Tesino. Ulteriori fondi a sostegno indiretto del progetto arrivano negli anni seguenti con i Patti Territoriali (1998-1999), che intervengono sulle stesse tematiche praticamente su tutta la Provincia.

La prima fase ha visto concentrare l'impegno economico su interventi di recupero strutturale degli edifici, sia pubblici sia privati, della loro fruibilità con il ripristino degli accessi stradale e l'allacciamento alle utenze (riscaldamento, elettricità e copertura telefonica). In questa prima fase si è registrato un protagonismo più marcato degli enti locali, molto spesso proprietari delle strutture stesse, e quindi be-

#### Offerta ricettiva di Vacanze in Baita

Area turistica	Baite	Posti letto	Media posto letto per baita	Baite oltre 1.200 metri
Valsugana Lagorai	30	164	6	22
Tesino	8	63	8	2
Vigolana	4	16	4	0
Vanoi	3	20	7	1
<b>TOTALE BIM BRENTA</b>	<b>45</b>	<b>263</b>	<b>6</b>	<b>25</b>
Valle dei Mochèni/Piné	12	64	5	6
Val di Sole	4	19	5	3
<b>TOTALE ALTRI</b>	<b>16</b>	<b>83</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>61</b>	<b>346</b>	<b>6</b>	<b>34</b>

Fonte: Vacanze in Baita (dato aggiornato al 15.02.2017)

neficiari diretti dei fondi. A partire dagli ultimi anni, invece, il ruolo centrale è passato alle ApT con un'attenzione che si sposta dagli sforzi economici al posizionamento sul mercato del turismo, al raggiungimento di standard qualitativi del servizio e alla classificazione delle strutture. Vacanze in Baita oggi mira a sviluppare un rapporto diretto tra chi offre e chi cerca un alloggio in montagna (immediatezza), ad assicurare al turista un accesso comodo e sicuro alla struttura scelta (fruibilità), ma soprattutto a garantire uno standard di servizio, che il mercato riconosce come un marchio di qualità sinonimo di "relax a contatto diretto con la natura" (riconoscibilità), proponendosi di fatto come un'alternativa innovativa alla ricettività alberghiera (novità).

### 5.5.2 - CONSISTENZA DELL'OFFERTA

Ad oggi le strutture attive nella rete di Vacanze in Baita sono una sessantina, con circa 350 posti letto, divise per categorie (1-2-3-4 "funghi" che corrispondono alle "stelle" del sistema alberghiero). Ogni anno si associano alla rete nuove strutture, ampliando progressivamente la capacità di posti letto (un aumento medio del 8-9% su base annua). Geograficamente la maggior parte delle baite si trova proprio nella media montagna (oltre il 50% delle strutture oltre i 1.200 metri) dei territori comunali interessati dal "Sistema Lagorai", laddove la ricettività alberghiera è scarsa o del tutto assente. Non c'è nessuna struttura invece nelle aree storicamente votate al turismo tradizionale, sia esso legato ai laghi (Levico, Caldronazzo e Calceranica) o allo sci (Primiero - San Martino di Castrozza e l'Altopiano di Folgoria).

Le strutture hanno, come detto, una classificazione che ricalca il sistema delle “stelle” delle strutture alberghiere, utilizzando al loro posto i “funghi”. La classificazione dipende dal raggiungimento di determinati parametri qualitativi dell’offerta ricettiva e dei servizi annessi. Ad ogni categoria classe corrisponde una fascia di prezzo, che viene stabilita di anno in anno.

*Numero di strutture per classe*

Area Turistica	1 fungo	2 funghi	3 funghi	4 funghi	5 funghi
Valsugana Lagorai	0	2	5	23	
Tesino	1	2	0	5	
Vigolana	0	0	1	3	
Vanoi	0	1	1	1	
<b>TOTALE BIM</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>32</b>	
Valle dei Mochèni/Piné	0	0	3	9	
Val di Sole	0	0	3	1	
<b>TOTALE ALTRI</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>42</b>	

*Fonte: Vacanze in Baita (dato aggiornato al 15.02.2017)*

La classificazione prevede un sistema di controllo e giudizio condiviso, alla cui base sta la convergenza e la sintesi di interessi particolari, siano essi pubblici o privati, che è uno degli elementi chiave per lo sviluppo di un’offerta di ospitalità diffusa sostenibile nel tempo.

### 5.5.3 - FLUSSO TURISTICO GENERATO

L’altro pilastro su cui si basa un progetto di ricettività diffusa è la capacità effettiva del territorio di attrarre domanda di turismo rurale. Per capire come la domanda sta reagendo all’offerta di Vacanze in Baita, prendiamo gli ultimi tre anni di riferimento (2014-2015-2016) per dare una valutazione delle performance ottenute dal lato della domanda. Come dimostrano i grafici sotto riportati possiamo osservare come la rete di Vacanze in Baita abbia avuto un buon approccio al mercato. Se è pur vero che il lasso di tempo è troppo breve per dare un giudizio preciso, pare chiaro che il fenomeno sia andato ben oltre l’esperimento.



*Foto: Baite in Val Campelle Scurelle*

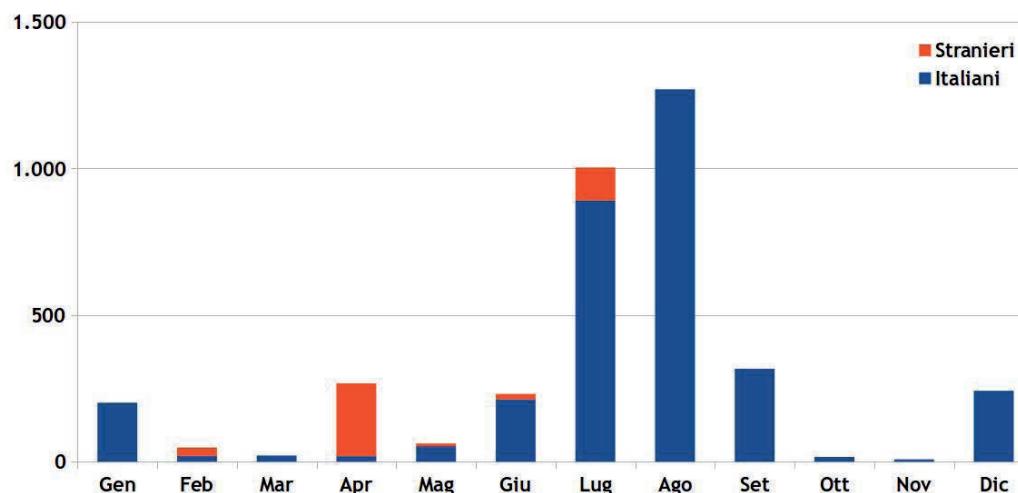
*Arrivi turistici (2014-2016)*

Mese	2014		2015		2016	
	Arrivi	Var%	Arrivi	Var%	Arrivi	Var%
Gennaio	44	-	79	+79,5%	153	+93,7%
Febbraio	6	-	15	+150%	42	+180%
Marzo	15	-	19	+26,7%	34	+78,9%
Aprile	35	-	33	-5,7%	25	-24,2%
Maggio	16	-	38	+137,5%	24	-36,8%
Giugno	35	-	109	+211,5%	62	-43,1%
Luglio	104	-	191	+83,7%	302	+58,1%
Agosto	136	-	249	+83,1%	304	+22,1%
Settembre	48	-	88	+83,3%	143	+62,5%
Ottobre	9	-	40	+344,4%	48	+20%
Novembre	4	-	23	+475%	10	-56,5%
Dicembre	81	-	136	+67,9%	142	+4,4%
<b>Totale</b>	<b>533</b>	<b>-</b>	<b>1.020</b>	<b>+91,4%</b>	<b>1.289</b>	<b>+26,4%</b>

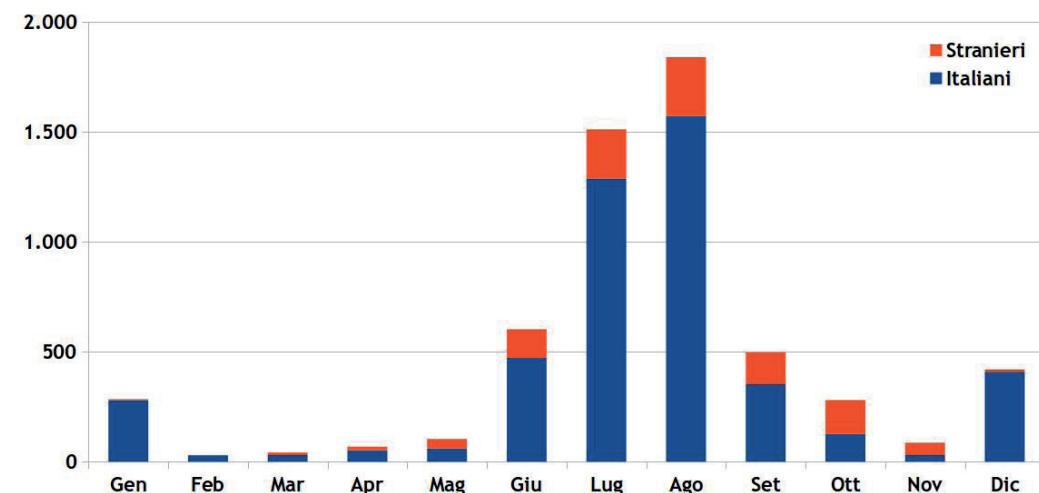
*Fonte: Apt Valsugana*

Per quanto riguarda le presenze, in crescita anche queste (+15% tra il 2015 e il 2016) si nota come gli italiani rappresentino ancora la quota di gran lunga maggiore. All'aumentare dei numeri aumenta anche la stagionalità, anche se rimane abbastanza solida la “coda” della stagione (settembre-ottobre), che nel 2016 però “perde” la quota di stranieri. La permanenza media si stabilizza sulle 5 notti.

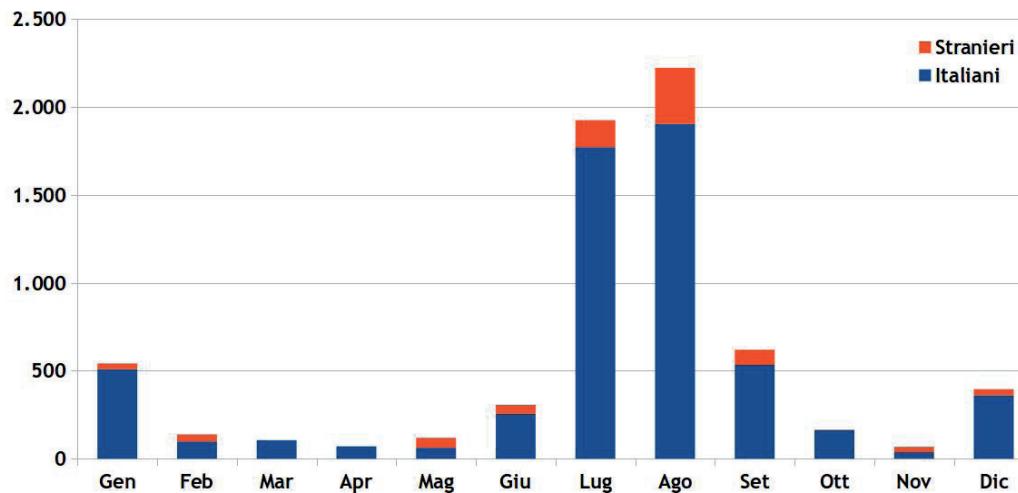
*Stagionalità presenze 2014*



*Stagionalità presenze 2015*



*Stagionalità presenze 2016*



Fonte: ApT Valsugana

#### 5.5.4 - CONFRONTO CON AIRBNB

Per gli strumenti utilizzati (piattaforma internet), le modalità di ricerca e visualizzazione delle strutture e soprattutto per la possibilità che l'utente ha di dare un feedback immediato della sua esperienza, Vacanze in Baita può essere paragonato ai più affermati e conosciuti circuiti di contatto diretto domanda e offerta ricettiva, come Airbnb, a cui per certi versi sicuramente si ispira. Sul sito di Vacanze in Baita è infatti possibile visualizzare le caratteristiche della struttura e i servizi annessi, sfogliare una galleria di fotografie professionali, verificare la disponibilità della baita su un apposito calendario e la sua posizione sulla piattaforma ottimizzata di google maps. Anche il sistema del rating

delle baite, basato sulla media dei feedback dei clienti, è del tutto simile ad Airbnb. È infatti possibile esprimere un giudizio sulla propria esperienza dando un voto da 1 a 5 (dove 1 è pessimo e 5 è ottimo) su 6 diverse caratteristiche percepite dell'esperienza appena conclusa: location, comfort, accoglienza, qualità, pulizia e rapporto qualità/prezzo. Inoltre, è possibile lasciare un commento libero sulla propria esperienza. Sia la media dei voti sia i commenti sono visibili a chiunque acceda al sito. Rispetto ad Airbnb non sono presenti le funzioni di prenotazione online direttamente dal sito, ma si deve passare attraverso un contatto diretto con il proprietario/gestore della struttura, non è possibile che l'host (il gestore/proprietario) assegni un feedback al cliente e soprattutto non è possibile affittare camere singole, ma solo strutture intere.

Ai fini di questo studio, la caratteristica principale che differenzia Vacanze in Baita da Airbnb è sostanzialmente una: il livello di commitment del proprietario/gestore della struttura alla rete stessa. Chi entra nel circuito di Vacanze in Baita deve sottostare infatti a una serie di "regole", che sono molto più stringenti delle policy di utilizzo di Airbnb, le cui principali sono:

- rientrare in un sistema di classificazione (i già citati "funghi") basato su una serie di parametri obbligatori e facoltativi da raggiungere;
- concordare una politica di prezzo con le altre strutture ogni anno, legata alla suddetta classificazione e alla stagionalità;
- fornire i dati relativi al flusso turistico della propria struttura (attraverso la consegna di appositi moduli).

Tutto questo prevede un'accettazione di base, ovvero che le strutture di Vacanze in Baita si riconoscano sotto un unico marchio, il cui fine è la tracciabilità della qualità dell'offerta e non un semplice strumento di promozione della propria struttura. Questa differenza di fatto marca il confine tra una community di offerte indipendenti tra loro e una vera e propria rete di ospitalità orizzontale. Chi offre un servizio di ricettività scadente nella community di Airbnb di fatto danneggia solo sé stesso, non il suo vicino con cui condivide esclusivamente il canale di promozione e di vendita. Chi invece fa parte della rete di Vacanze in Baita deve rispettare dei parametri qualitativi condivisi su cui si basa tutta la credibilità del sistema, e questo può avvenire solo se esiste una convergenza di interessi tra i proprietari/gestori delle strutture.

### 5.5.5 - CONCLUSIONI

I numeri sembrano quindi dare ragione all'intuizione del progetto, anche se c'è sicuramente bisogno di un lasso di tempo più ampio per poterne apprezzare appieno le performance e soprattutto gli impatti reali sull'economia locale. È utile, però, riconoscere che Vacanze in Baita è riuscita a rimettere al centro il concetto di "baita" come risorsa economica del territorio, un mondo completamente dimenticato con il progressivo declino della zootechnia di montagna. Nello sviluppo dei centri turistici trentini negli anni Sessanta e Settanta, non di rado chi possedeva una baita o un maso, durante la stagione turistica ci si trasferiva con tutta la famiglia, affittando ai turisti l'appartamento in paese. Oggi, almeno per alcuni paesi della Bassa Valsugana, il paradigma sembra essersi ribaltato, anche per chi si muove in autonomia senza entrare nella rete del progetto, ma che dal successo di Vacanze in Baita ha preso spunto.

Se Vacanze in Baita può definirsi una rete di ospitalità orizzontale di potenziale successo, la distribuzione delle strutture aderenti al progetto all'interno del territorio del BIM del Brenta ci indica quali sono le aree che sono più vocate per l'ospitalità diffusa: le aree di media montagna del Lagorai, sopra i 1.200 metri, lontano dalle aree ad alta intensità di strutture ricettive classiche, accessibili e fruibili per la maggior parte dell'anno. Utilizzeremo, quindi, le performance di Vacanze in Baita come punto di riferimento affidabile per stimare il possibile rientro di investimento delle start-up di ospitalità diffusa individuate.

## 5.6 - GLI ECOMUSEI

L'Ecomuseo è "... il museo del tempo e dello spazio in un territorio dato, è un'istituzione che si occupa di studiare, conservare, valorizzare e presentare la memoria collettiva di una comunità e del territorio che la ospita, delineando linee coerenti per lo sviluppo futuro, è il frutto del rapporto costruttivo tra una popolazione, la sua amministrazione e un equipo pluridisciplinare di esperti, è un organismo che, pur rivolgendosi anche ad un pubblico esterno, ha come interlocutori principali gli abitanti della comunità i quali, anziché visitatori passivi, vogliono diventare fruitori attivi, è un museo del tempo, dove le conoscenze si estendono e diramano attraverso il passato vissuto dalla comunità per giungere nel presente, con un'apertura sul futuro, è un museo dello spazio: spazi significativi dove sostare e camminare.

### Gli Ecomusei nel territorio del BIM Brenta

Denominazione	Comuni interessati	Tematismi principali
Ecomuseo del Lagorai	Carzano, Telve, Telve di Sopra, Torcegno	a) Valorizzazione storica antica Giurisdizione di Castellalto b) Memoria migranti c) Patrimonio culturale vita di malga (collezione attrezzi e manufatti) d) Sentieri etnografico-naturalistici
Ecomuseo del Tesino - Terra di Viaggiatori	Castello Tesino, Cinte Tesino, Pieve Tesino	a) Memoria migranti - ambulanti di stampe b) Storia e cultura - De Gasperi/Grande Guerra c) Via Claudia Augusta
Ecomuseo della Valsugana - Dalle Sorgenti di Rava al Brenta	Bieno, Castel Ivano, Samone	a) Tradizione Artigianato/Antichi Mestieri - Scalpellini b) Patrimonio Storico - Grande Guerra c) Memoria Migranti
Ecomuseo del Vanoi	Canal San Bovo	a) Transumanza, mobilità in montagna b) Sentieri Etnografici, elementi natura - uomo (acqua, erba, legno, pietra) c) Patrimonio Storico - Grande Guerra d) Sacro Popolare

Privilegia il linguaggio visivo diretto degli oggetti fisici e delle immagini, nel loro contesto originario e nella loro esposizione al pubblico" (George Henri Rivière, 1971, museologo e padre dell'approccio ecomuseale). Nel nostro Paese, il Trentino è secondo solo al Piemonte e alla Lombardia per numero di ecomusei attivi sul proprio territorio (9).

Gli Ecomusei sono una realtà riconosciuta dal 2000 e valorizzata anche dal legislatore provinciale. La Provincia Autonoma di Trento, infatti, li inquadra nella legge provinciale del 3 ottobre 2007, articolo 20 (recentemente riformato nel 2016), di cui citiamo per intero il primo comma: "La Provincia riconosce, quale strumento dello sviluppo locale, gli ecomusei promossi dagli enti locali che concorrono a recuperare, testimoniare e valorizzare la memoria storica, la vita, la cultura e le relazioni fra ambiente naturale e ambiente antropizzato, che promuovono e attuano progetti di sviluppo locale integrati con le politiche culturali, ambientali, economiche della ricerca e dell'innovazione, mediante: a) la conservazione e il restauro di ambienti di vita tradizionali; b) la valorizzazione di abitazioni o di altri immobili caratteristici, del patrimonio storico, artistico e popolare locale, dei paesaggi tradizionali e dei loro originari toponimi, nonché dei beni mobili e degli strumenti di lavoro; c) la valorizzazione delle zone produttive e dei mestieri e delle tecniche di produzione tradizionali e tipiche, nonché dei siti industriali e artigianali; d) la predisposizione di itinerari sul territorio tendenti a mettere in relazione i visitatori con la natura,

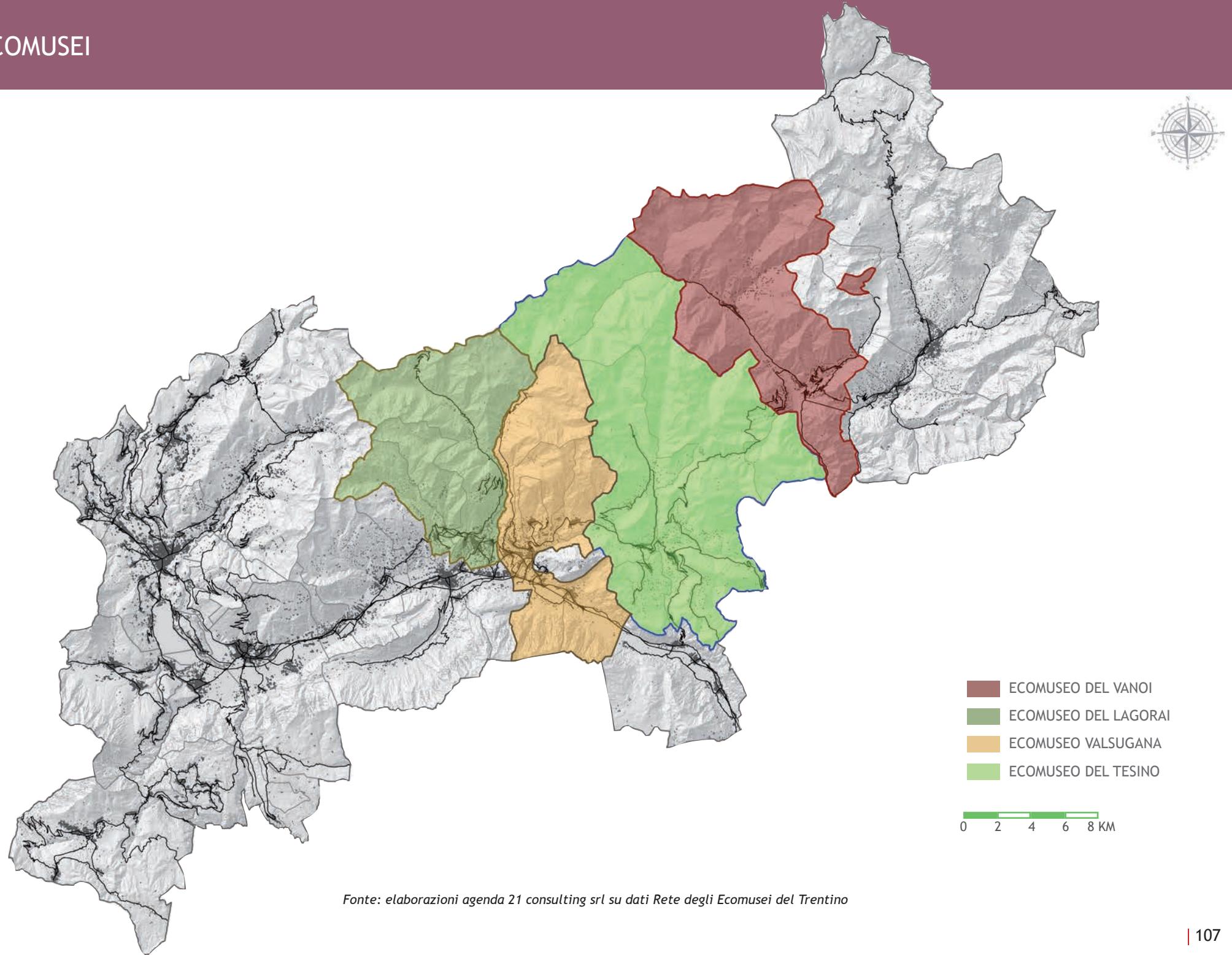
le tradizioni e la storia locale, anche attraverso la denominazione e la segnalazione di specifici percorsi stradali tematicamente caratterizzati; e) il coinvolgimento attivo delle popolazioni locali, delle istituzioni culturali e scolastiche e delle associazioni locali; f) la promozione e il sostegno delle attività di ricerca scientifica, didattico-educative e di promozione culturale relative alle tradizioni e alla storia locale".

Di fatto il legislatore provinciale investe gli ecomusei del ruolo di custode degli hotspot culturali dei luoghi e di motore dello sviluppo locale. Al riconoscimento per legge (che può decadere per inadempimento) segue una tracciabilità garantita da un marchio (ex comma 2), finanziamenti e sostegno in collaborazione con gli enti locali interessati (ex comma 4 e comma 4bis). Ogni ecomuseo, per essere riconosciuto e quindi sostenuto direttamente dalla Provincia Autonoma di Trento, si deve costituire in forma associativa e deve presentare un piano triennale di attività, in armonia con gli obiettivi esplicitati nella legge provinciale. La recente revisione della legge, pur mantenendo centrale il ruolo degli enti locali, sottolinea il ruolo pro-attivo dell'associazione ecomuseale e stabilisce una relazione diretta tra la stessa e l'assessorato provinciale di riferimento.

Dei nove Ecomusei riconosciuti dalla Provincia Autonoma di Trento, quattro sono operanti nel territorio del BIM Brenta, e gravitano in gran parte sull'area di media montagna della catena del Lagorai.

Come evidenziato in precedenza, uno dei requisiti base per un'offerta di ospitalità diffusa di successo è la presenza di una comunità viva ed accogliente sul territorio, a tutela e valorizzazione soprattutto degli hotspot di cultura immateriale e materiale dei luoghi. L'ecomuseo, per definizione, nasce e si sviluppa dalla comunità

## GLI ECOMUSEI



e per la comunità, ancora prima che per il visitatore. Per il ruolo che gli viene riconosciuto dal legislatore trentino, esso stesso dovrebbe rappresentare una sorta di “infrastruttura immateriale” che aiuta la comunità a valorizzare sé stessa. Questo in chiave turistica significa attivare i necessari processi trasformazione degli hotspot territoriali, o di alcuni di essi, da potenziali elementi di attrattività a prodotti fruibili di turismo esperienziale, attraverso la predisposizione attività specifiche come itinerari di scoperta dei luoghi, eventi culturali, offerte didattiche, visite guidate.

È corretto quindi affermare che in teoria un ecomuseo rappresenta una garanzia della presenza di una comunità forte, protagonista e pronta a mettersi in gioco potenzialmente anche sul mercato turistico.

### **5.6.1 - ECOMUSEO DEL LAGORAI**

Il Progetto Pluriennale dell’Attività Ecomuseale 2017-2020, è diviso in quattro ambiti di intervento, ognuno dei quali con un suo obiettivo specifico:

- Ambito Cultura: recupero dell’identità storico e culturale del territorio dell’Ecomuseo del Lagorai, in relazione alla sua antica giurisdizione e alla sua storia più recente;
- Ambito Paesaggio, Ambiente, Patrimonio Rurale: valorizzazione della conoscenza del paesaggio e del territorio dell’Ecomuseo del Lagorai e valorizzazione del nesso patrimonio rurale e turismo;
- Ambito Partecipazione: promuovere il coinvolgimento e la diffusione della conoscenza delle specificità del territorio;
- Ambito Reti: scambio di buone pratiche con gli altri Ecomusei del Trentino.

All’interno dei primi due ambiti, e soprattutto nel secondo, si illustrano diverse progettualità concrete che potrebbero andare a supporto dello sviluppo dell’ospitalità diffusa. Nello specifico, l’Ecomuseo si propone di coordinare e portare a termine attività di:

- mappatura dei luoghi di interesse del Lagorai con l’utilizzo del software open-street map (“M’appare il Lagorai”), che comprende hotspot turistici, ma anche il patrimonio immobiliare rurale (malghe e baite);
- sviluppo e cura di una rete sentieristica di collegamento tra i borghi capoluoghi, le malghe, le baite e i punti di interesse etnografico, storico e naturalistico in quota (e relative offerte escursionistiche tematiche);
- valorizzazione delle filiere turismo-agricoltura, attraverso il sostegno al Presidio Slow Food del Formaggio di Baita del Lagorai;
- coinvolgimento degli operatori dell’accoglienza nello sviluppo di percorsi di conoscenza del territorio del Lagorai.

Oltre al piano triennale 2017-2020, come già discusso, l’Ecomuseo Lagorai si pone al centro del partenariato per lo sviluppo del turismo naturalistico e culturale della Val Calamento, legando ospitalità, ristorazione tipica ed escursionismo.

Al di là dei risultati che otterranno le iniziative proposte nel corso dei prossimi tre anni, è importante evidenziare come l’Ecomuseo del Lagorai rappresenti un luogo comune di progettazione del turismo rurale tra soggetti pubblici e privati. Inoltre, anche anche se il ruolo dell’Ecomuseo nei diversi interventi non è focalizzato direttamente sulla ricettività turistica, ne incrocia di fatto le dinamiche e le esigenze, proponendosi da supporto ad essa con le proprie attività e viceversa.

### **5.6.2 - ECOMUSEO DEL TESINO**

L’Ecomuseo del Tesino è storicamente improntato sul filone tematico del “viaggio”. Viaggio inteso come emigrazione - principalmente legato all’epopea dei mercanti di stampe - e viaggio intendendo la Conca come luogo di passaggio di vie di comunicazione antiche, come la Via Claudia Augusta. A questa va aggiunto sicuramente la gelosa custodia della figura di Alcide De Gasperi, nativo di Pieve Tesino, su cui l’Ecomuseo, in collaborazione con le strutture museali classiche presenti sul territorio, ha puntato molto in termini di progettualità e iniziative.

Gli intrecci tra l’Ecomuseo del Tesino e la ricettività turistica sono rimasti sempre molto limitati, fino al 2015 quando, su iniziativa della Scuola di Comunità (un istituto di formazione per adulti legato al mondo delle ACLI trentine), si è dato via ad un ragionamento sull’ospitalità di comunità che ha la stessa matrice culturale dell’ospitalità diffusa. Il progetto coinvolgeva altri tre ecomusei della rete trentina: quello della Judicaria, quello dell’Argentario e quello di Pejo. Realtà molto diverse per territorio, sviluppo turistico ed ecomuseale. Tra il 2015 e il 2016 sono stati realizzati quattro eventi pubblici, uno per ecomuseo coinvolto, l’ultimo dei quali a Pieve Tesino nel novembre del 2016. Durante gli incontri sono state presentate esperienze di ospitalità diffusa provenienti da altre regioni italiane, con l’obiettivo di sensibilizzare e di coinvolgere residenti, operatori del turismo e istituzioni pubbliche. I quattro ecomusei si sono quindi investiti del ruolo di animatori del territorio per l’attivazione di progetti di ospitalità diffusa sui propri

territori di riferimento.

L'Ecomuseo del Tesino si è messo quindi in prima fila per attivare quelle dinamiche di partecipazione a sostegno dello sviluppo dell'ospitalità diffusa. A seguito dell'incontro di novembre, i responsabili dell'Ecomuseo si sono recati in visita all'Albergo Diffuso di Faller, a Sovramonte in Provincia di Belluno, per toccare con mano un'esperienza concreta. Da allora, attraverso la distribuzione di uno specifico questionario e l'organizzazione di una serie di incontri puntuali, sta cercando di coinvolgere i proprietari del vasto patrimonio di appartamenti costruiti nei paesi negli anni '60 e '70 sull'onda di uno sviluppo turistico che allora sembrava inarrestabile. Questo patrimonio è oggi per lo più abbandonato e non commisurato al movimento turistico attuale, che oggi ha numeri e peso economico molto lontani dall'epoca d'oro di venti o trent'anni fa. Tra i tre paesi della Conca la stima parla di circa 4.000 posti letto distribuiti su oltre 700 alloggi per vacanze, molti dei quali sono vuoti da diversi anni e sui quali spiccano i cartelli "vendesi", senza contare l'altrettanto vasto patrimonio di seconde case. Anche se è ancora presto per dare un giudizio obiettivo su questa azione di sensibilizzazione, per ora la risposta è stata scarsa: quasi nessuno ha restituito il questionario e pochi hanno partecipato agli incontri. I rappresentanti dell'Ecomuseo indicano in due motivi questa scarsa reazione.

- la maggior parte proprietari, soprattutto a Pieve Tesino e Cinte Tesino, sono spesso persone anziane che hanno difficoltà a mettersi in gioco nuovamente su un progetto imprenditoriale, e i giovani difficilmente restano sul territorio. In generale la comunità del Tesino presenta dei saggi di invecchiamento della popolazione tra i più elevati di tutta la Provincia.

- manca un elemento di traino forte sia dal punto

di vista imprenditoriale, sia dal punto di vista pubblico, e lo storico campanilismo tra Pieve e Castello non aiuta a concertare un'azione pubblica che potrebbe risultare decisiva almeno in avvio del progetto.

Il ricco patrimonio immobiliare legato ai masi e alle malghe invece è rimasto in sostanza escluso da questa iniziativa. Anche qui la motivazione ci viene fornita rappresentanti dell'Ecomuseo: la maggior parte dei masi sono stati venduti ai turisti (soprattutto provenienti dal Veneto) negli anni '70 per poter aver capitale da investire sugli appartamenti in paese. Oggi quindi questo patrimonio è quasi del tutto fuori dalle mani dei residenti, e viene utilizzato come casa di vacanza dai turisti che non sono intenzionati ad entrare in un progetto così ambizioso e complesso come quello dell'ospitalità diffusa.

In conclusione l'Ecomuseo del Tesino sta cercando di avere un ruolo di facilitatore nello sviluppo di un progetto di ricettività diffusa nei paesi della Conca (forse la versione di Paese Albergo sarebbe la più indicata), ma le condizioni di contesto appaiono compromesse da diversi fattori che esulano dall'azione ecomuseale stessa.

### 5.6.3 - ECOMUSEO DELLA VALSUGANA

L'Ecomuseo della Valsugana, uno degli ultimi ecomusei nati nella rete provinciale (2012), raccoglie un territorio molto ampio che si sviluppa dal cuore del Lagorai (massiccio Rava appunto) fino al fondovalle attraversato dal Brenta. Un territorio ampio ed eterogeneo, di cui il nuovo comune di Castel Ivano è il polo trainante.

In chiave turistica l'Ecomuseo della Valsugana si propone come un soggetto molto più "leggero" rispetto agli altri ecomusei analizzati, forse anche per la sua più breve storia come protagonista del territorio. Infatti tutte le attività sono di fatto legate ad eventi e manifestazioni legate alla riscoperta dei luoghi e del-

le sue tradizioni come quella degli "scalpellini". Non appaiono invece attività specifiche che suggeriscano un legame con una qualsivoglia progettualità di sviluppo dell'accoglienza turistica, né di strutturazione di progetti di medio-lungo periodo complementari ad essa.

### 5.6.4 - ECOMUSEO DEL VANOI

L'Ecomuseo del Vanoi rappresenta probabilmente la frontiera più avanzata di interazione tra accoglienza turistica e realtà ecomuseale, ed è perciò utile da osservare come esperienza pilota nel contesto di questo studio. L'Ecomuseo opera dal 1999 sul territorio della Valle del Vanoi, e fu uno dei primi ecomusei a costituirs in Trentino. L'attività svolta unisce gli obiettivi di approfondimento, valorizzazione e promozione del patrimonio ecomuseale con la disponibilità a supportare, coadiuvare e divulgare progetti ed azioni parallele promosse dai partner di territorio svolgendo un importante ruolo di coordinamento e relazione tra i soggetti locali. All'interno della progettualità proposta per il triennio 2017-19, oltre alle azioni che possiamo definire tradizionali di stimolo e supporto alla comunità locale, vi è una novità importante rispetto agli altri ecomusei: l'impegno diretto nella gestione di una struttura ricettiva.

Nel Piano d'Azione della Carta Europea del Turismo Sostenibile del Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino (2015-2018), l'Associazione Ecomuseo del Vanoi si propone come soggetto coordinatore e responsabile del progetto "Ospitalità in Baita". L'azione individua nel vasto patrimonio immobiliare di architettura tradizionale di proprietà del Parco un enorme potenziale "[...]che potrebbe essere valorizzato turisticamente organizzandovi ospitalità estiva di tipo

rustico.” Il patrimonio a cui si fa riferimento sono le decine di masi e malghe presenti nella zona del Vanoi. Le “casere” e i “tabià”, le strutture che compongono gli insediamenti malghivi, hanno perso da tempo il loro fine originario di supporto alle attività zootecniche di montagna, e il progetto intende riqualificarle riconvertendole a fini turistici e gestendole in rete. Nel concreto l'iniziativa si è proposta di realizzare nell'arco di tre anni cinque attività:

- accertamenti sulla fattibilità tecnico/economica di attivazione o riconversione di un primo insieme di immobili adatti all'ospitalità (da Malghe a Baite);
- realizzazione di opere di adeguamento infrastrutturale su misura dei requisiti normativi e delle risorse disponibili;
- individuazione di una o più nicchie di mercato di riferimento e di adeguato piano di marketing;
- valutazione dei partner operativi cui affidare la promozione e la gestione in via convenzionale;
- eventuale arricchimento dell'offerta allargando alle altre frazioni e insediamenti malghivi.

A concretizzazione di questa progettualità, nel 2014 l'Ecomuseo ha attivato una collaborazione con l'Ente Parco che prevede la gestione in chiave turistica di una di queste strutture malghive: “Prà dei Tassi”, di proprietà demaniale e in comodato d'uso all'Ente Parco. Il progetto va a supporto anche della necessità dell'Ecomuseo di trovare una fonte di autofinanziamento che fosse legata alle sue attività. La struttura si trova sul Sentiero Etnografico del Vanoi il progetto di punta dell'Ecomuseo, che conta circa 7.000 accessi all'anno, nonostante il limitato periodo di apertura al pubblico (estate e parte dell'autunno). Anche la struttura di 12 posti letto è fruibile solo per un periodo molto limitato (metà giugno - metà ottobre), visto che si trova a 1.100 metri di altitudine, ed è alimentata con una mini-centralina idroelettrica posizionata su una condotta che resta gelata per quasi 5 mesi all'anno.

Dopo i necessari interventi di ammodernamento dello stabile, Prà dei Tassi è stata subito inserita nelle reti di promozione turistica, sia a livello locale (la rete di Vacanze in Baita) sia a livello internazionale (Airbnb). L'esperimento sembra in parte riuscito. Tra i mesi di luglio e ottobre 2016 ci sono stati 90 arrivi e 220 presenze presso la struttura, con una buona soddisfazione dei clienti (rating 4.8/5 dagli ospiti via Airbnb nel 2016). Nei mesi di luglio e agosto la domanda di prenotazioni è di fatto superiore alla capacità dell'offerta. Questo conferma che esistono specifiche e crescenti sensibilità nei segmenti e nelle nicchie di mercato verso questo tipo di esperienza turistica che l'Ecomuseo ha saputo cogliere e intercettare. Dall'altro lato ha messo in luce tutte le difficoltà della struttura nel gestire l'accoglienza turistica direttamente, come ci confermano gli stessi rappresentanti. Il personale ecomuseale, che raramente conta più di un dipendente a tempo pieno, non ha né le competenze specifiche né può dedicare le risorse necessarie per seguire con efficienza un'attività di incoming turistico. Se così fosse, di fatto snaturerebbe la funzione e la missione stessa della realtà ecomuseale, che è quella di creare i presupposti per tutela e la valorizzazione delle ricchezze materiali e immateriali di una comunità, non di sviluppo e gestione dei flussi turistici, indipendentemente se si tratti di turismo rurale o di altro tipo.

Questo caso pilota porta due spunti utili per questo studio:

- l'Ecomuseo ha le capacità di attivare e coordinare progettualità di sviluppo di turismo rurale sul territorio, compresi quelli legati alla ricettività;
- l'Ecomuseo non può trasformarsi nel soggetto di gestione imprenditoriale dell'ospitalità, tanto meno quella diffusa.

### 5.6.5 - CONCLUSIONI

Fatte salve delle condizioni necessarie di contesto - esistenza di una comunità attiva, sufficiente densità di hotspot turistici, capacità/ volontà di interazione tra attori del territorio - l'infrastruttura immateriale ecomuseo sembra naturalmente portata ad affrontare un percorso che porti a ragionare concretamente sull'ospitalità diffusa. Dal punto di vista degli ecomusei, anzi, l'ospitalità diffusa è percepita come utile strumento per preservare la tradizione architettonica dei luoghi come parte integrante dell'identità della comunità, e quindi rappresenta la tipologia di ricettività più auspicabile. In tre casi, sui quattro analizzati, ad esclusione quindi dell'Ecomuseo della Valsugana, queste strutture si sono già fatte portavoce e/o luogo di confronto per lo sviluppo dell'ospitalità diffusa, mettendosi a disposizione dei partner pubblici e privati del territorio, per condividere obiettivi e potenzialità. Nel caso dell'Ecomuseo del Vanoi, questo stimolo si è fatto progetto pilota e quindi esperienza, arricchendo una proposta di turismo rurale affermata come quella del Sentiero Etnografico, con la gestione di una struttura ricettiva tradizionale. Grazie all'esperienza del Vanoi possiamo anche intravedere i limiti del ruolo dell'ecomuseo, che non si può snaturare diventando esso stesso il gestore di un progetto di ricettività troppo vasto e complesso.

In definitiva la presenza di un ecomuseo sul territorio rappresenta un vantaggio competitivo nello sviluppo della ricettività diffusa, in quanto capace di coordinare interessi e competenze diverse e di intercettare con profitto segmenti di mercato alla ricerca di autenticità.

## 5.7 - LE MALGHE

Come si nota dalle mappe d'ambito, una delle caratteristiche distintive del contesto territoriale del BIM Brenta, sono le malghe. La malga rappresenta l'unità produttiva base della produzione zootecnica di montagna, ma la sua importanza non si limita alla sua utilità economica. Le attività del malgaro (chi si occupa della malga) infatti non si esauriscono nella gestione della produzione di carne, latte e derivati dall'alto valore nutrizionale, ma garantiscono un forte presidio territoriale, la manutenzione del paesaggio e del territorio montano, il mantenimento di saperi e tradizioni e la preservazione dell'equilibrio ambientale e sociale di aree spesso difficilmente accessibili e marginali. La conservazione delle caratteristiche più autentiche di questi luoghi, che possono essere considerati a tutti gli effetti dei "paesaggi culturali" di pregio, è dovuta soprattutto al contributo di queste figure.

Rispetto ad altri territori alpini, dove ormai questo tipo presidi sono stati quasi del tutto abbandonati e hanno ceduto il passo all'avanzare dei boschi, il territorio del Lagorai, di alcune zone del Primiero e dell'altopiano del Vezzena conservano un ampio patrimonio di edificati rurali in buona salute e ancora utilizzati a fini produttivi. Al di là del sostegno pubblico volto a mitigare i costi di produzione delle filiere di montagna a rimanere sul mercato, la salvezza delle malghe e della loro funzione, è in parte il risultato della loro valorizzazione come presidi di autenticità, sia come sinonimo di tipicità e genuinità dei prodotti alimentari sia come elemento caratterizzante dell'offerta di turismo rurale.

La ricerca dell'autenticità, di cui si faceva cen-

no all'inizio del secondo capitolo, sta alla base anche del fenomeno di Slow Food, il cui motto è appunto "Buono, Giusto e Sano", a sottolineare i requisiti di sostenibilità e genuinità delle produzioni alimentari della propria rete. La rete di Slow Food in Trentino conta 9 Presidi (su 278 in Italia, 516 nel Mondo). Il Presidio Slow Food è: "un prodotto raro e di eccellenza a rischio estinzione che viene prodotto da una comunità di contadini, pescatori o allevatori che nel prodotto stesso si riconosce e che condivide un disciplinare di produzione". Di questi 9 presidi, 3 ricadono del territorio del BIM Brenta e non a caso sono legati proprio alle filiere che partono dalle malghe.

### Presidi Slow Food

Nome Presidio	Zona di Produzione
Botiro di Primiero di Malga (burro di malga)	Primiero e Lagorai (versante Canal San Bovo), Caseificio di Primiero - Mezzano
Formaggio di Malga del Lagorai	Versante sud-occidentale del Lagorai
Vezzena (formaggio di malga)	Altopiano del Vezzena, Caseificio degli Altipiani - Lavarone

Il riconoscimento come Presidio Slow Food rappresenta quindi non solo un riconoscimento al valore intrinseco del prodotto alimentare, ma, e forse soprattutto, alla comunità che lo produce e lo preserva dall'estinzione. Salvando il prodotto sia salvano le comunità e i territori. Per quanto riguarda i malgari ciò significa mettersi in rete e condividere un disciplinare di produzione.

Della stessa matrice culturale è il progetto Adotta una Mucca, forse uno dei progetti di valorizzazione turistica del mondo delle malghe meglio riuscito su tutto l'Arco Alpino. Il turista incontra il malgaro, sceglie la mucca e contribuisce attraverso una donazione annuale (60€) al mantenimento dell'alpeggio, ricevendone in cambio prodotti genuini, per un controvalore di 50€. Il vantaggio che ne ha il territorio non è limitato al sostegno alla malga, ma si riflette anche sul comparto turistico. Chi adotta una mucca stabilisce una relazione speciale con il territorio, vi ritorna per ritirare i prodotti almeno una volta all'anno aumentando le possibilità di fidelizzazione all'offerta di turismo rurale nel suo complesso. Delle 14 malghe della rete di Adotta una Mucca, 9 sono sul Lagorai versante Valsugana-Tesino, 1 sull'altopiano del Vezzena. Anche in questo caso gli allevatori devono sostenere un progetto comune, garantire dei livelli qualitativi standard e un condividere un disciplinare.

Sia la rete di malgari che sta dietro ai Presidi Slow Food che la rete di Adotta una Mucca (alcuni soggetti sono membri di entrambe) possono essere classificate come reti orizzontali di produttori fortemente legati al territorio, ovvero una struttura simile alla definizione di "Malga Diffusa". In sostanza ciò che differenzia la malga diffusa dall'ospitalità diffusa è semplicemente il prodotto venduto: la prima vende il prodotto alimentare, la seconda il posto letto. Ma il profilo del cliente è di fatto lo stesso: il turista rurale alla ricerca di , sostenibilità e genuinità.

In altre aree del Trentino con caratteristiche simili, si sono sviluppati progetti di turismo rurale che hanno nella malga il cuore dell'offerta. Un esempio su tutti l'iniziativa portata avanti da una rete di malgari della Val di Ledro e della Valle del Chiese, in collaborazione con i due Consorzi Turistici e con la Rete di

Riserve delle Alpi Ledrensi, denominata Malghe Aperte. Oltre che a promuovere un'offerta ristorativa, gastronomica e didattica presso la singola malga, il progetto si propone di creare dei circuiti escursionistici di più giorni, che vedono le malghe come punti di appoggio e di informazione.

### 5.7.1 - CONCLUSIONI

In conclusione, le aree interessate da questi fenomeni hanno un vantaggio competitivo nel percorso di sviluppo dell'ospitalità diffusa. Possono infatti contare su:

- un elemento in più di presidio del territorio, del paesaggio e della sua autenticità,
- una serie di hotspot di alto valore gastronomico e culturale,
- un aumento di visibilità nei confronti del target turistico di riferimento (il turista alla ricerca di autenticità),
- una filiera di produzioni tipiche riconosciute a potenziale servizio della ricettività e della ristorazione.

## 5.8 - INDIVIDUAZIONE DEI SUB-AMBITI

Nel suo Manuale, Dall'Ara indica dei requisiti base per lo sviluppo dell'ospitalità diffusa, volutamente molto ampi per poterli meglio calare in diversi contesti. L'analisi compiuta sulle sei buone pratiche definisce dei minimi comuni denominatori tra le esperienze vincenti e la riconoscenza sul campo degli elementi distintivi del contesto di analisi e delle esperienze conclusive anche negativamente, ci permettono quindi di calare sul territorio del BIM Brenta sia i requisiti generali dettati dal Manuale di Dall'Ara, sia i tratti comuni emersi dall'osservazione delle buone pratiche.

Requisiti da Manuale "Alberghi Diffusi"	Considerazioni emerse dall'analisi delle buone pratiche	Considerazioni emerse dalla ricercazione nel BIM Brenta
Presenza di un contesto a vocazione turistica, culturale o ambientale		Maggiore densità di hotspot turistici nelle categorie individuate (natura, cultura materiale e immateriale, outdoor, produzioni tipiche)
Esistenza all'interno del territorio di edifici adatti ad una ristrutturazione con finalità di accoglienza turistica	Interconnessione tra l'ospitalità della comunità locale, il luogo caratteristico ed il paesaggio circostante come elemento distintivo dell'ospitalità diffusa rispetto a ricettività "tradizionale"	Il successo della rete di ricettività "Vacanze in Baita", nata dal recupero del patrimonio edificato montano, ci indica alcune aree a maggiore vocazione per l'ospitalità diffusa
Numero di abitanti del territorio limitato, ma sufficiente a garantire possibilità di instaurare relazioni e rapporti con gli ospiti	Distanza tra reception e immobile ricettivo più lontano non influente sulle performance turistiche	Gli ecomusei possono rappresentare la necessaria "infrastruttura immateriale" di un progetto di ospitalità diffusa e quindi supportarne le prime fasi. La loro presenza è quindi fattore positivo
Organizzazione di eventi ed iniziative per la valorizzazione della località, incentrate sulla cultura dell'accoglienza		La legge provinciale sugli "alberghi diffusi" penalizza soprattutto contesti rurali e di montagna (requisito distanza massima). Il progetto di ospitalità diffusa può svilupparsi anche al di fuori dei parametri normativi, rinunciando alla definizione "albergo diffuso".
Possibilità di collocare delle strutture per la prima accoglienza (reception) in posizione centrata rispetto alle unità abitative	Presenza di attrattive turistiche simili a quelle di un'offerta ricettiva "tradizionale" Presenza di attrattive turistiche simili a quelle di un'offerta ricettiva "tradizionale"	I progetti propedeutici all'ospitalità diffusa nascono più facilmente lontano dalle aree ad alta intensità di strutture alberghiere e che risultano marginali rispetto ai flussi di turismo più maturi.
Presenza di tradizioni eno-gastronomiche, artigiane, culturali ed artistiche da valorizzare		Presenza di attrattive turistiche simili a quelle di un'offerta ricettiva "tradizionale" Presenza di attrattive turistiche simili a quelle di un'offerta ricettiva "tradizionale"
Interesse e volontà da parte dei residenti, dei privati e degli operatori, ad impegnarsi e ad investire in forme di gestione innovative	Esistenza di un soggetto trainante o pubblico, privato o misto attivo e determinato nell'avviare il progetto Modalità gestionale dell'offerta tramite cooperativa o associazione	Nella compagine di soggetti locali il pubblico e il privato (sia profit, sia non profit) devono essere in equilibrio, esplicitare le convergenze di interessi e definire ruoli precisi, per garantire la necessaria continuità e la centralità della comunità rispetto al progetto di ospitalità diffusa. È necessaria la presenza di un soggetto locale che funga da traino e sostegno all'iniziativa nel medio-lungo periodo.

### 5.8.1 - METODOLOGIA

La selezione e individuazione delle aree a maggiore vocazione per lo sviluppo dell'ospitalità diffusa è un'approssimazione tarata sul contesto attuale del territorio del BIM Brenta. Un territorio ampio che presenta diversi contesti locali con ottimi fondamentali (la densità e la qualità degli hotspot) per il lancio di progetti di turismo rurale, non solo improntati sulla ricettività diffusa. Le valutazioni risultanti dall'applicazione dei criteri scelti per compiere la selezione sono direttamente o indirettamente legati ad una condizione contingente, frutto di una serie di fattori endogeni (la presenza di soggetti e progetti di studio e lancio della ricettività diffusa) ed esogeni (principalmente le dinamiche del mercato turistico) ai contesti locali. È quindi fondamentale non leggere come una bocciatura in valore assoluto l'esclusione di alcuni di questi contesti, ma invece utilizzare i criteri scelti come linee guida e/o stimolo per migliorare la condizione attuale di queste aree prima di lanciare un'iniziativa di ospitalità diffusa. Dall'altro lato le aree selezionate e individuate come sub-ambiti mostrano oggi un vantaggio competitivo rispetto al resto del territorio del BIM Brenta, che però potrebbero perdere nel medio periodo se questi fattori determinanti, soprattutto quelli endogeni, venissero a mancare.

Il Manuale dell'Albergo Diffuso (Giancarlo Dall'Ara, 2010) indica una serie di caratteristiche che necessariamente devono essere presenti su un determinato territorio per permettere il corretto sviluppo di

#### *Criteri per l'individuazione dei sub-ambiti*

Caratteristiche necessarie individuate da Manuale	Criteri applicati per il territorio del BIM Brenta	Livello Geografico
O Presenza di un contesto a vocazione turistica, culturale o ambientale	Presenza di almeno 1 hotspot per ognuna delle 4 categorie	Comunale
O Esistenza all'interno del territorio di edifici adatti ad una ristrutturazione con finalità di accoglienza turistica diffusa	Comune interessato da un progetto di analisi/ricerca sull'ospitalità diffusa	Comunale
F Presenza di tradizione eno-gastronomiche da valorizzare	Presenza di almeno un Presidio Slow Food	Sub-ambito
F Interesse e volontà da parte dei residenti, dei privati e degli operatori, ad impegnarsi e ad investire in forme di gestione innovative	Presenza soggetto privato o pubblico/privato responsabile per sviluppo ospitalità diffusa	Sub-ambito
F Numero di abitanti del territorio limitato, ma sufficiente a garantire possibilità di instaurare relazioni e rapporti con gli ospiti	Densità di giovani (15-39 anni) maggiore della metà della densità di giovani (15-39 anni) del BIM Brenta	Sub-ambito
F Presenza di un contesto a vocazione turistica, culturale o ambientale/medio bassa concorrenza	Concentrazione posti letto alberghieri minore di 1/3 totale	Sub-ambito
F Presenza di un'offerta comprensiva di servizi base, quali esercizi commerciali, culturali e artistici sia per i turisti che per i residenti	Concentrazione artigianato e servizi base al turista e alla comunità oltre 1/3 imprese totali	Sub-ambito

un progetto di ricettività diffusa. Tali caratteristiche rispondono a criteri molto ampi. Di fatto gran parte delle aree rurali del nostro Paese risponderebbe alle caratteristiche individuate. Inoltre i criteri proposti non sono immediatamente applicabili alla multiforme e particolare realtà rurale italiana, e non esplicitano indicatori validi per essere applicati nei diversi contesti. È quindi stato necessario costruire un modello di selezione che tenesse conto delle dinamiche e delle caratteristiche peculiari del territorio di analisi. I criteri scelti sono quindi ispirati al Manuale, ma costruiti appositamente sul contesto del BIM Brenta.

Innanzitutto è stata fatta una selezione di due criteri obbligatori, ovvero condizioni necessarie di eleggibilità, applicati a livello comunale. Partendo dal Manuale sono state selezionate le seguenti caratteristiche:

- presenza di un contesto a vocazione turistica, culturale o ambientale;
- esistenza all'interno del territorio di edifici adatti ad una ristrutturazione con finalità di accoglienza turistica diffusa.

Le due caratteristiche sono state selezionate come necessarie in quanto misurano le potenzialità minime richieste di un territorio di essere attrattivo dal punto di vista turistico, e le potenzialità di accogliere i turisti stessi in una struttura diffusa. Tradotte nel territorio del BIM Brenta, le caratteristiche da Manuale sono state definite con i seguenti criteri:

- presenza sul territorio comunale di almeno un hotspot per ognuna delle quattro categorie individuate;
- il territorio comunale deve essere interessato da almeno un progetto di ricerca e/o sviluppo di ospitalità diffusa.

Se la prima caratteristica si limita a operare una scrematura a livello comunale, la seconda, oltre

a questo, ci aiuta anche a definire i sub-ambiti eleggibili sulla base dei comuni coinvolti dai progetti di ricerca/sviluppo legati all'ospitalità diffusa. La seconda parte della valutazione si basa su cinque criteri facoltativi; i sub-ambiti devono soddisfarne almeno tre per essere valutati positivamente e quindi essere selezionati. Tutti e cinque i criteri facoltativi si rifanno alle caratteristiche individuate nel Manuale che è possibile valutare ex-ante rispetto all'implementazione operativa del progetto di ospitalità diffusa.

Il primo criterio identifica nella presenza di un Presidio Slow Food sul territorio, un elemento di autenticità certificato e riconoscibile sul mercato. Come viene descritto nel capitolo dedicato alle malghe, il segmento di domanda potenzialmente interessato al turismo rurale è lo stesso che dimostra sensibilità nei confronti delle produzioni locali tipiche, di cui Slow Food è di fatto un marchio di garanzia.

Il secondo criterio facoltativo è di fatto un'evoluzione del secondo criterio obbligatorio, ovvero l'esistenza non solo di un progetto di ricerca/sviluppo, ma anche di un soggetto privato o pubblico/privato disposto a scommettere su questa forma innovativa di ricettività turistica. Questo criterio misura di fatto la volontà della comunità di investire sull'ospitalità diffusa o meno.

Il terzo criterio misura la capacità del territorio di trattenere i giovani e quindi rappresenta una approssimazione delle prospettive di sviluppo e della capacità di innovare. Una popolazione troppo anziana è sintomo di uno spopolamento in atto e della difficoltà di attivare esperienze di gestione turistica alternative a quella tradizionale. Si è scelta la fascia di età (15-39 anni) in cui sono più frequenti gli abbandoni del territorio di nascita. Come valore di sufficienza si è fissata la metà del valore complessivo del BIM

Brenta. Il quarto criterio descrive il contesto concorrenziale in cui si dovrebbe muovere la start-up. Come abbiamo visto, se è pur vero che non per forza di cose l'offerta ricettiva alberghiera è nemica dell'ospitalità diffusa, una sua alta concentrazione non favorisce né la visibilità necessaria nei confronti del mercato, né il radicamento nell'imprenditoria locale. Inoltre più strutture alberghiere sono presenti sul territorio più è difficile che questo abbia mantenuto la sua autenticità in termini di architettura tipica e linea del paesaggio. Dall'altro lato una presenza minima di strutture alberghiere è garanzia di una storica vocazione del territorio al turismo. Il limite massimo dei posti letto alberghieri è stato quindi fissato a un terzo del totale. L'ultimo criterio misura due caratteristiche, ovvero la capacità del tessuto imprenditoriale locale di dare servizi alla comunità stessa (e quindi combattere lo spopolamento) e la vocazione del territorio allo sviluppo di servizi legati al turismo quali l'artigianato, il commercio, la sanità e le produzioni artistiche, rispetto ad altri legati ad altri comparti (come quello industriale). Il limite minimo delle imprese di questi settori è di almeno un terzo del totale di tutte le imprese presenti sul territorio.

### 5.8.2 - APPLICAZIONE DEL MODELLO

Il modello sopra descritto è stato, quindi, applicato al territorio dei 33 comuni oggetto di indagine. La tabella seguente mostra il risultato ottenuto per quanto riguarda il primo criterio obbligatorio, ovvero la presenza di almeno un hotspot per ognuna delle quattro categorie.

Già in questa prima fase restano esclusi 4 Comuni, senza considerare Ziano di Fiemme che non è stato valutato. Per quanto riguarda, invece, il secondo criterio obbligatorio i risultati sono sintetizzati nella tabella seguente.

Il secondo criterio elimina altri 14 Comuni e permette di definire i sub-ambiti su cui saranno poi applicati i cinque criteri facoltativi. Quando i progetti investono aree limitrofe, si costituisce, dove le condizioni lo consentono, un unico sub-ambito come nei casi del progetto di Carzano-Telve-Telve di Sopra-Torcegno e quello di Scurelle, che compongono così un unico sub-ambito (Lagorai Sud-Orientale), e dei due progetti di Folgoria e Luserna che investono anche la parte meridionale del territorio comunale di Lavarone, andando così a costituire il sub-ambito dei Cimbri. Il Tesino ha sviluppato sui tre Comuni della Conca un progetto di ricerca sull'ospitalità diffusa nei centri abitati. Il progetto Tracce, sostenuto dai Comuni di Mezzano e Imer, coinvolge anche l'ex Comune di Transacqua. L'Ecomuseo del Vanoi, come visto, ha in essere un'azione progettuale in collaborazione con il Parco Paneveggio Pale di San Martino che ha come obiettivo lo sviluppo dell'ospitalità diffusa tra le baite di proprietà pubblica e privata.

Sono stati così definiti 5 sub-ambiti eleggibili che riassumiamo nella seguente tabella.

CRITERIO OBBLIGATORIO 1 Presenza di almeno 1 hotspot per ognuna delle 4 Categorie	CATEGORIE HOTSPOT				CRITERIO OBBLIGATORIO 2 Comune	Presenza Progetto Osp.Diffusa		
	Natura	Outdoor	Cultura	Prod.Tipiche				
Altopiano della Vigolana	4	11	19	25	Altopiano della Vigolana	NO		
Bieno	7	3	7	7	Bieno	NO		
Borgo Valsugana	10	11	24	11	Borgo Valsugana	NO		
Calceranica al Lago	6	10	11	3	Calceranica al Lago	NO		
Caldonazzo	6	21	12	5	Caldonazzo	NO		
Canal San Bovo	17	11	19	22	Canal San Bovo	SI		
Carzano	1	5	3	2	Carzano	SI		
Castel Ivano	6	14	28	11	Castel Ivano	NO		
Castello Tesino	17	29	18	23	Castello Tesino	SI		
Castelnuovo	1	13	6	5	Castelnuovo	NO		
Cinte Tesino	2	8	4	1	Cinte Tesino	SI		
Folgaria	45	9	32	37	Folgaria	SI		
Grigno	7	10	16	5	Grigno	NO		
Imer	7	11	2	4	Imer	SI		
Lavarone	6	13	18	7	Lavarone	SI		
Levico Terme	21	38	22	25	Levico Terme	NO		
Luserna-Lusérn	7	3	18	5	Luserna-Lusérn	SI		
Mezzano	1	7	10	4	Mezzano	SI		
Novaledo	0	8	4	3	Ospedaletto	NO		
Ospedaletto	2	5	4	2	Pergine Valsugana	NO		
Pergine Valsugana	28	31	35	8	Pieve Tesino	SI		
Pieve Tesino	12	30	22	26	Primiero S. Martino di Ca-strozza	NO*		
Primiero S. Martino di Castrozza	12	35	23	18	Roncegno Terme	NO		
Roncegno Terme	7	20	15	8	Ronchi Valsugana	NO		
Ronchi Valsugana	3	4	1	2	Scurelle	SI		
Samone	4	0	1	2	Telve	SI		
Scurelle	15	21	10	11	Telve di Sopra	SI		
Telve	16	26	18	9	Torcegno	SI		
Telve di Sopra	3	5	3	8	* Il progetto coinvolge la sola Transacqua, che quindi verrà valuta in seguito come Comune con i dati pre-fusione			
Tenna	5	3	3	0				
Torcegno	2	8	4	7				
Vignola-Falesina	0	1	2	2				
Ziano di Fiemme	NV	NV	NV	NV				

### Sub-Ambiti individuati

Denominazione	Area Interessata dai Progetti	Comuni Interessati
LAGORAI SUD-OCCIDENTALE	Valli Calamento, Altopiano Musiera, Val Campelle	Carzano, Telve, Telve di Sopra, Torcegno, Scurelle
ALPI SAN GIOVANNI E VEDERNA	Sinistra orografica bassa valle del Primiero, Val Noana e Val Giasinozza, versante nord Alpi Feltrine	Imer, Mezzano, Transacqua
NOSELLARI - LUSERNA	Frazione di Nosellari, dorsale San Sebastiano-Tezzeri-Carbonare, Luserna	Folgaria, Lavarone , Luserna
TESINO	Capoluoghi/aree urbane della Conca del Tesino	Castello Tesino, Cinte Tesino, Pieve Tesino
VANOI	Media montagna Valle del Vanoi e Valle del Lozen	Canal San Bovo

A questi cinque sub-ambiti è stata quindi applicata la seconda parte del modello, quella relativa ai criteri facoltativi. Per essere selezionati come sub-ambiti vocati allo sviluppo dell'ospitalità diffusa devono infatti soddisfare almeno 3 dei 5 criteri proposti.

Criteri facoltativi applicati per il territorio del BIM Brenta	Valore di riferimento	Lagorai Sud-Occidentale	Alpi San Giovanni e Vederna	Nosellari Luserna	Tesino	Vanoi
Presenza di almeno un Presidio Slow Food	1	1	1	1	0	1
Presenza soggetto privato o pubblico/privato responsabile per sviluppo ospitalità diffusa	1	1	1	1	0	0
Densità di giovani (15-39 anni) maggiore della metà della densità di giovani (15-39 anni) del BIM Brenta	>8,55 per km <sup>2</sup>	11,04 per km <sup>2</sup>	10,70 per km <sup>2</sup>	10,89 per km <sup>2</sup>	2,61 per km <sup>2</sup>	3,06 per km <sup>2</sup>
Concentrazione posti letto alberghieri minore di 1/3 totale	<34%	14,29%	61,64%	67,74%	9,27%	67,58%
Concentrazione artigianato e servizi base al turista e alla comunità oltre 1/3 imprese totali (codice ATECO 2007)	>34%	20,66%	6,77%	34,96%	39,60%	32,46%
Almeno 3 criteri facoltativi rispettati	≥3	4	3	3	2	1

I tre sub-ambiti rimasti - Lagorai Sud Occidentale, Alpi San Giovanni e Vederna, Nosellari-Luserna - rappresentano quindi i territori migliori per lo sviluppo di un progetto legato all'ospitalità diffusa nel territorio del BIM Brenta.

## 6 - SCENARI DI START-UP NEI SUB-AMBITI

Dopo avere individuati i tre sub-ambiti maggiormente adatti per lo sviluppo di un progetto di ospitalità diffusa, il presente capitolo:

- descrive le caratteristiche principali del sub-ambito e delle sue attrattive turistiche già esistenti o in via di sviluppo;
- applica il modello di valutazione del territorio costruito nel quarto capitolo per individuare la buona pratica di riferimento a cui ispirarsi per lo sviluppo della struttura e della relativa offerta turistica;
- individua i primi elementi di business plan, stimando le fasce di investimento nel recupero delle strutture necessarie da cui partire per la valutazione dei costi di avvio dell'impresa e stimando il rientro annuale attraverso il confronto con il progetto Vacanze in Baita, premettendo che si rimanda a una analisi più approfondita, e quindi a un Business Plan completo, per la valutazione dell'investimento più precisa;
- elabora una carta di identità con le caratteristiche principali sintetizzate.

### 6.1 - METODOLOGIA

Per il calcolo costi necessari per l'avvio si sono confrontati i valori medi dei costi di ristrutturazione degli immobili residenziali nei tre ambiti (fonte: Agenzia delle Entrate), costringendo di conseguenza le classi di investimento per ogni singola start-up. Per le fasce di investimento si è preso come estremo superiore (numero massimo di strutture) la stima degli immobili coinvolti sulla base della ricerca-azione, e come minimo il numero di strutture coinvolte nella buona pratica di riferimento.

STRUTTURE	Immediatamente Fruibili	Minimi Interventi	Ristrutturazione parziale	Ristrutturazione Completa
N° strutture buona pratica	Se tutte le strutture fossero immediatamente fruibili (scenario migliore)	Se tutte le strutture necessitassero di minimi interventi	Se tutte le strutture necessitassero di una ristrutturazione parziale	Se tutte le strutture dovessero essere completamente recuperate (scenario peggiore)
Valore medio				
N° strutture stimate dalla ricerca-azione				

Sub-ambito	Area turistica ViB	Media posti letto per baita	Prezzo medio per posto letto/notte	Fatturato per baita annuale*
LAGORAI S.O.	Valsugana - Lagorai	6	€ 25,00	€ 16.350,00
S.GIOVANNI - VEDERNA	Vanoi	7	€ 20,00	€ 15.260,00
NOSELLARI-LUSERNA	Vigolana	4	€ 28,00	€ 12.208,00

\*calcolato moltiplicando le 109 presenze per baita nel 2016 del progetto Vacanze in Baita

Per la stima del rientro si è preso come riferimento il progetto Vacanze in Baita (dati consuntivi anno 2016) che, come visto, è il progetto di accoglienza orizzontale presente sul territorio più simile ai modelli di ospitalità diffusa individuati. La stagione appena conclusa conta 6.669 notti spese nelle 61 strutture della rete Vacanze in Baita, con una media semplice di 109 presenze per baita. Paragonando i sub-ambiti individuati con le Aree Turistiche di Vacanze in Baita più vicine sia in termini geografici sia in termini di offerta, si è stimata la tipologia di struttura (numero di posti letto medi per struttura) per determinare il prezzo medio per posto letto. Si è potuto così stimare il fatturato medio annuale per singola struttura sulla base del prezzo medio applicato dalle strutture in bassa stagione in quella determinata Area Turistica di Vacanze in Baita e ricavandone il costo per pernottamento. Tale calcolo è di fatto una sotto-stima voluta delle potenzialità di fatturato per singola baita, perché:

- non considera i trend di crescita di presenze di Vacanze in Baita (+22% medio su base annua nelle ultime tre stagioni), non soltanto dovuto all'aumento della consistenza dell'offerta (+8% medio su base annua);
- prende come riferimento il prezzo medio della fascia più bassa (categoria struttura "un fungo", in bassa stagione).

Per quanto riguarda i costi di gestione, la loro percentuale di impatto sul fatturato è stata stimata basandosi sui costi realmente sostenuti da alcune strutture aderenti al progetto Vacanze in Baita, così come già attuato per la stima dei ricavi. Da questa analisi è emerso che il peso dei costi di gestione - ovvero riscaldamento, utenze, pulizie, manutenzione e promozione - è pari a circa il 20% del fatturato medio annuale.

## 6.2 - ALBERGO RURALE LAGORAI

### 6.2.1 - CONTESTO

Il contesto di riferimento di questa struttura turistica orizzontale è il sub-ambito del Lagorai sudoccidentale, ovvero parte del territorio di media e alta montagna dei Comuni di Carzano, Telve, Telve di Sopra e Scurelle. Il territorio si sviluppa su più gradi altimetrici tra i 700 e i 2600 metri di altitudine. La caratteristica orografica principale è rappresentata dalle due valli Calamento e Campelle, completata dalle brevi tributarie laterali, tra cui spicca l'altopiano di Musiera. Alle aree di pascolo si alternano ampi e fitti boschi di conifere (abeti rossi) che vengono sostituite più in alto dai prati di alta quota e più in basso dai castagneti. Oltre il 65% del territorio fa parte di Rete Natura 2000, che copre praticamente ininterrottamente tutta la parte settentrionale dell'area, e in particolar modo le aree più elevate. Dal punto di vista del pregio naturalistico si segnala la presenza dell'unica Oasi WWF dell'Arco Alpino: l'Oasi di Valtrigona, situata in una piccola valletta pensile, tributaria della Val Calamento, a 2.200 metri di altitudine. Tutta l'area fa parte dell'Ambito Territoriale Omogeneo del Lagorai, su cui si sta sviluppando un progetto per costituire una Rete di Riserve, nel solco del quadro normativo della legge provinciale 23 del 2007 che regola la gestione delle aree protette locali.

L'accesso viario principale è la strada provinciale SP31 che dalla Statale della Valsugana (SS47) porta al Passo Manghen (2047 mslm), attraversando la Val Calamento. Per raggiungere la Val Campelle si abbandona la SP31 all'altezza della località di Pontarso. La strada carrozzabile termina al ponte di Conseria (1468 mslm). Il resto della viabilità è costituito principalmente da strade forestali, per lo più private o ad uso civico e quindi interdette al traffico ordinario.

Tutto il sub-ambito è attraversato da una pressoché capillare rete sentieristica ben mantenuta e segnalata, che collega i capoluoghi più a valle con i rifugi e i passi in quota ripercorrendo in gran parte la viabilità pedestre della transumanza. In quota si incontra la Translagorai, un trekking di lunga percorrenza che attraversa tutto il massiccio del Lagorai da sud-ovest (Val dei Mocheni) a sud-est (Vanoi), in 6 tappe e quasi 5.000 metri di dislivello positivo. Il percorso è conosciuto dagli appassionati per l'alto valore escursionistico e naturalistico, e per la sua difficoltà data principalmente dalla mancanza di punti di appoggio e quindi dalla lunghezza delle tappe. A quote più miti il territorio è attraversato dal Sentiero della Pace che attraversa i luoghi legati alla memoria della Grande Guerra in Trentino e dall'Ippovia del Trentino Orientale. Esistono tre circuiti segnalati di mountain-bike, che collegano l'area ad altri settori del massiccio del Lagorai. Completano il panorama escursionistico una serie di sentieri tematici e didattici legati in particolar modo agli hotspot naturalistici e ai percorsi culturali proposti dall'Ecomuseo del Lagorai. Sul territorio sono presenti anche quattro rifugi attivi nei mesi estivi (tre in Val Campelle e uno in Calamento). Dal punto di vista alieutico il torrente Maso è un sicuro punto di interesse e rientra nell'offerta della Trentino Flying and Spinning Tour.

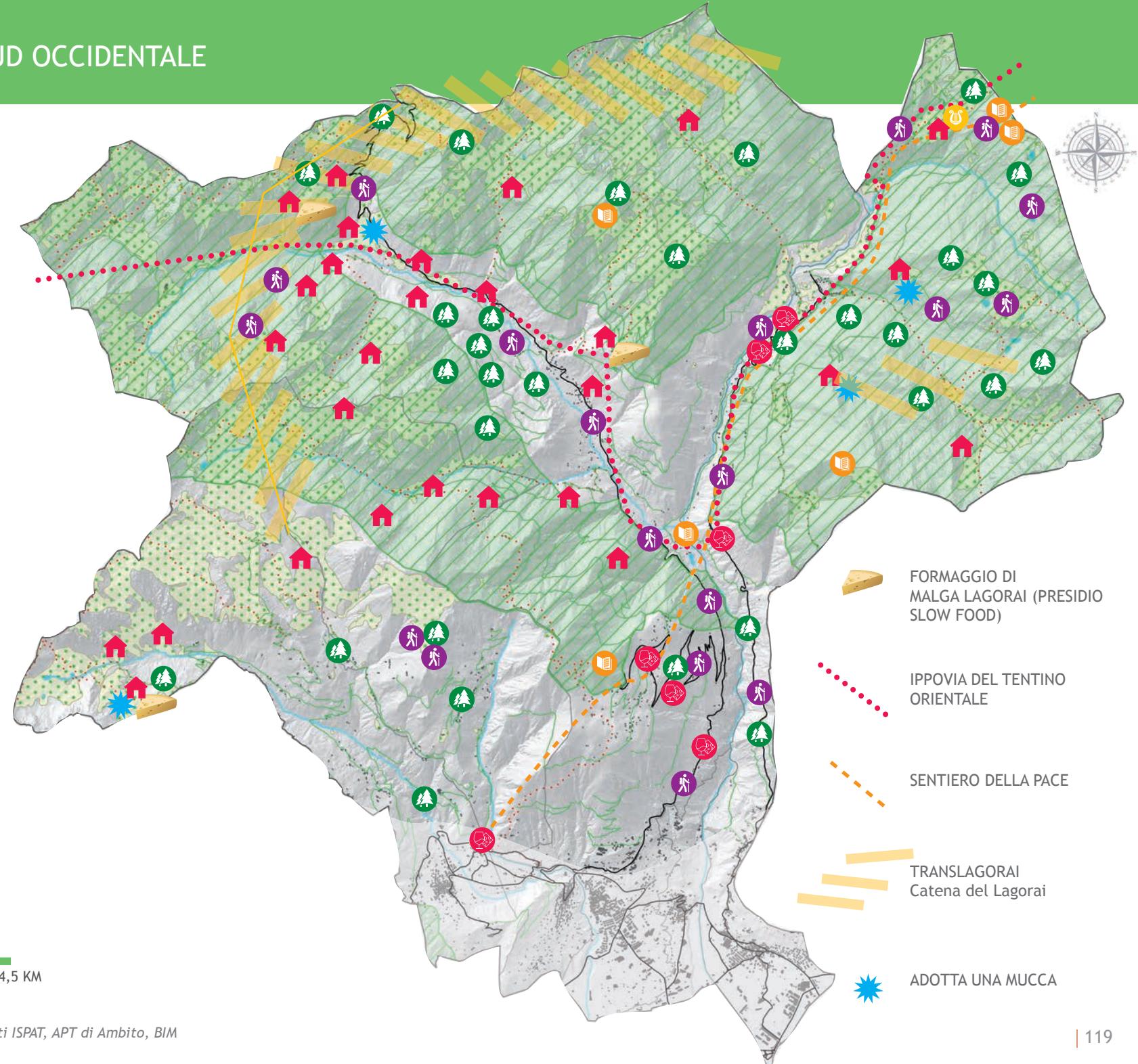
L'antropizzazione del territorio fatta principalmente di case sparse e piccolissime frazioni, ha nella malga il suo tratto architettonico più autentico. Le malghe effettivamente monticate e attive sono una deci-

na e costituiscono il nerbo del Presidio di Slow Food "Formaggio di Malga del Lagorai", quattro di queste aderiscono anche alla iniziativa Adotta una Mucca. Il complesso di malghe rappresenta in parte una rete già attiva sul territorio (assimilabile al concetto di malga diffusa), complementare alla nascente offerta di ospitalità diffusa.

Gli edificati rurali che non svolgono più la loro funzione di supporto al settore primario, sono in parte caduti in stato di abbandono e in parte sono stati recuperati ad uso abitativo, civico, didattico e turistico. Come visto nel capitolo 4.3, su quest'area insistono più progetti di recupero e valorizzazione di questo patrimonio immobiliare, che fino ad ora non si sono integrati tra loro, ma che potrebbero rappresentare i punti di partenza per l'ospitalità diffusa. Buona parte delle strutture recuperate e adattate a fini ricettivi rientrano nella rete di Vacanze in Baita, la maggior parte di quelle della Val Calamento sono private, mentre la quasi totalità quelle in Val Campelle sono di proprietà pubblica.

## SUB-AMBITO LAGORAI SUD OCCIDENTALE

COMUNI DI  
CARZANO  
SCURELLE  
TELVE  
TELVE DI SOPRA  
TORCEGNO



## 6.2.2 - VALUTAZIONE

Nel complesso, il Lagorai Sud-Occidentale rappresenta un ambito con ottime potenzialità dal punto di vista dell'ospitalità diffusa.

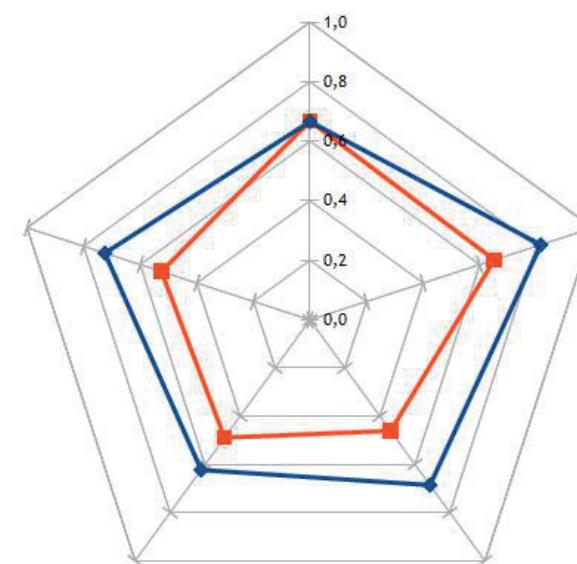
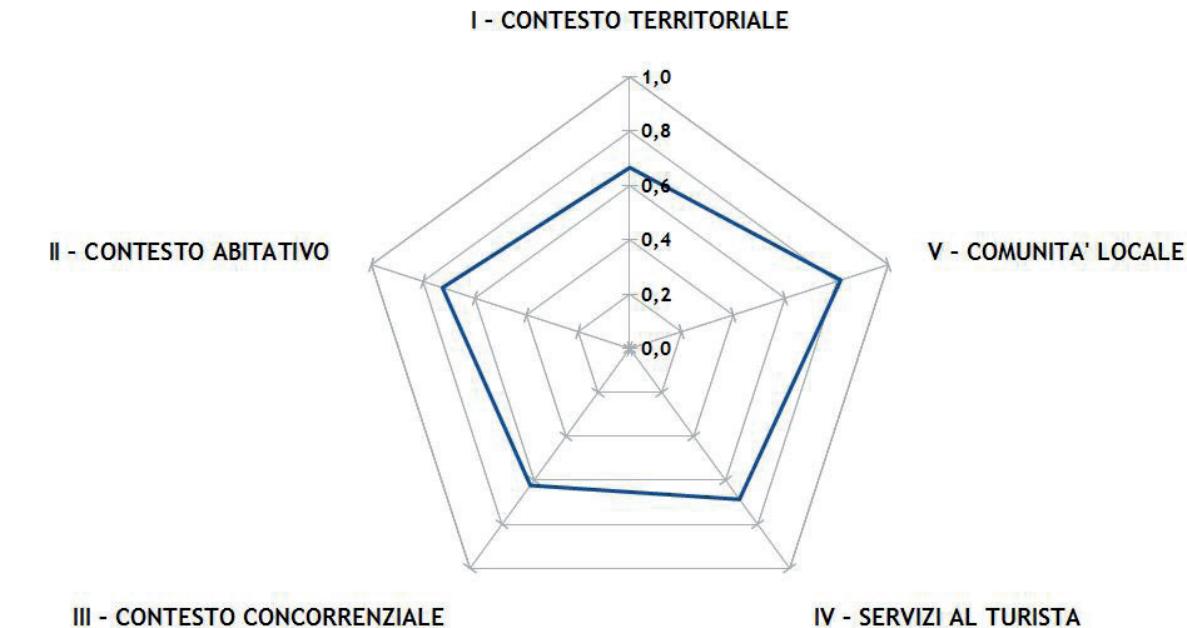
I. Il territorio analizzato è caratterizzato da un contesto naturalistico importante e variegato, soprattutto grazie al variare di ambienti e paesaggi a seconda delle diverse quote toccate, e da una buona proposta di attività all'aria aperta da offrire al turista. Cultura ed enogastronomia sono leggermente al di sotto della media, ma raggiungono comunque un discreto risultato puntando sulla memoria della Grande Guerra e sul presidio Slow Food legato al formaggio del Lagorai.

II. Le potenzialità in termini di possibili alloggi da coinvolgere nel progetto sono nella media, risultato che migliora notevolmente prendendo in considerazione l'offerta media di posti letto per struttura. La collocazione abbastanza ampia sul territorio delle proposte di ospitalità non inficia particolarmente il risultato complessivo in questa caratteristica.

III. La "concorrenza" alberghiera sul territorio non appare molto importante, mentre l'attuale densità ricettiva permette già un discreto posizionamento nel mercato turistico che potrebbe essere sfruttato in particolar modo nella fase di avvio del progetto.

IV. Il territorio mostra una discreta accessibilità stradale e una buona possibilità di sfruttare i collegamenti intermodali. L'offerta di ristorazione appare leggermente carente, ma viene compensata dalla buona presenza di attività imprenditoriali caratteristiche.

V. Il buon risultato raggiunto con l'analisi della popolazione residente viene ulteriormente migliorato dalla presenza dell'Ecomuseo, un ap-



proccio di valorizzazione del territorio e delle sue tradizioni che lo rende interessante dal punto di vista turistico. La buona pratica che presenta risultati simili a quelli ottenuti da questo sub-ambito è l'Albergo Diffuso Valli del Natisone (in rosso), in Friuli. Il territorio interessato è molto simile, infatti anche nel caso friulano si parla di paesaggio prealpino disposto su due valli parallele, con piccoli gruppi di case alternati a boschi e prati. I collegamenti sono garantiti dalla presenza di una strada turistica. Anche il contesto concorrenziale è molto simile, con una ricettività alberghiera molto contenuta ed una discreta presenza sul mercato in termini di densità ricettiva. Inoltre, tradizioni e storia locali sono mantenute vive - coinvolgendo al contemporaneo la comunità - da un ecomuseo.

### 6.2.3 - PRIMI ELEMENTI DI BUSINESS PLAN

Utilizzando la metodologia descritta ad inizio capitolo, è possibile stimare la consistenza degli investimenti necessari all'avvio del progetto sulla base della numerosità delle strutture coinvolte. Il numero minimo considerato indispensabile per il successo della start-up è pari a 17, come nel caso dell'Albergo Diffuso Valli del Natisone.

*Tabella degli investimenti*

Strutture	Immediatamente-Fruibili(€ 1.000 - € 5.000)	Minimi Interventi(€ 5.000 - € 20.000)	Ristrutturazione parziale(€ 20.000 - € 40.000)	Ristrutturazione Completa(€ 40.000 - € 60.000)
17	€ 51.000	€ 212.500	€ 510.000	€ 850.000
21	€ 63.000	€ 262.500	€ 630.000	€ 1.050.000
25	€ 75.000	€ 312.500	€ 750.000	€ 1.250.000

*Fatturato annuale previsto*

Strutture attive	10	15	17	21	25
Fatturato annuale	€ 163.500	€ 245.250	€ 277.950	€ 343.350	€ 408.750
Costi di gestione	€ 32.700,00	€ 49.050,00	€ 55.590,00	€ 68.670,00	€ 81.750,00
Risultato operativo	€ 130.800,00	€ 196.200,00	€ 222.360,00	€ 274.680,00	€ 327.000,00

Il calcolo del fatturato annuale deriva da un ricavo medio per baita di 16.350 € (con sei posti letto per unità), prendendo come riferimento l'Area Turistica Valsugana - Lagorai di Vacanze in Baita.

Le caselle in verde rappresentano gli scenari con il numero di strutture sufficiente in accordo con la buona pratica delle Valli del Natisone. Questa stima indica le linee guida per stimare un piano di rientro una volta valutato lo stato di conservazione delle strutture coinvolte, la quantità effettiva delle strutture fruibili all'avvio della start-up e l'andamento del mercato.

Considerando l'ipotesi più onerosa di investimento, 1.250.000 €, il periodo di rientro si stima in 3.8 anni, non tenendo conto dell'attualizzazione dei flussi operativi futuri.

### 6.2.4 - CARTA DI IDENTITÀ

Origine iniziativa	Associazionismo locale pubblico e privato
Anno di Nascita	2018
Gestione	Consorzio o Associazione
Distanza massima Reception-Alloggio	14 km
Offerta ricettiva della struttura	21 strutture; 126 posti letto
Servizio di Ristorazione	Malghes Diffuse Lagorai
Tipologia di ospitalità diffusa	Albergo Rurale
Segmenti domanda turistica	Turismo Outdoor e Turismo Natura
Motivazioni di vacanza	Trekking, turismo natura, turismo didattico, mountain-bike, turismo gastronomico, pesca sportiva



*Foto: Giardino fiorito*

## 6.3- ALBERGO RURALE ALPE SAN GIOVANNI ALPE VEDERNA

### 6.3.1 - CONTESTO

Il sub-ambito è la media montagna dei Comuni di Imer e Mezzano, e dell'ex Comune di Transacqua, sulla sinistra orografica della Valle del Primiero, chiuso su due lati da importanti aree protette come il Parco di Paneveggio Pale di San Martino e il Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi. Tratto distintivo orografico sono i due monti San Giovanni e Vederna, tagliati dal corso del torrente Noana, che più a monte forma anche un bel lago. Il cuore del sub-ambito è caratterizzato da due storici cardini insediativi in quota: l'Alpe Vederna (1.335 mslm) e l'Alpe San Giovanni (1.196 mslm). Questi luoghi fino alla metà degli anni Sessanta ospitavano d'estate buona parte della comunità residente in fondoalve, tanto da dotarsi ognuno di una chiesa per evitare alle persone di dover ridiscendere a valle per le funzioni domenicali. Nonostante la finalità produttiva di questi due insediamenti abbia sostanzialmente perso peso con gli anni, a differenza di altre aree sull'Arco Alpino, persiste e resiste un consistente comunità locale custode degli antichi legami tra l'uomo e la montagna e le sue risorse. Il risultato è che buona parte del patrimonio immobiliare tradizionale si è conservato in ottimo stato di fruibilità, così come, anche se in misura minore, le vie di comunicazione tra fondoalve e insediamenti in quota. La rete di viabilità forestale e pedestre collega il fondoalve con le quote più alte e, orizzontalmente, tutte le strutture e i prati della mezza montagna. In quest'area il patrimonio edificato montano conta oltre 500 edifici rustici, in maggior parte di proprietà privata o consortile.

Nella tabella seguente si riportano le stime di stato di conservazione per il sub-ambito oggetto.

PROPRIETÀ (circa 500 edifici)	% sul totale	Immediatamente fruibile a fini di ricettività turistica	Fruibile dopo minimi interventi di ripristino e ammodernamento (<10.000€/unità)	In stato di abbandono
Pubblica	8%	50%	20%	30%
Pubblica gestione privata (malghe, rifugi, bivacchi...)	2%	90%	10%	-
Privata	80%	40%	20%	40%
Consortile	10%	30%	60%	10%

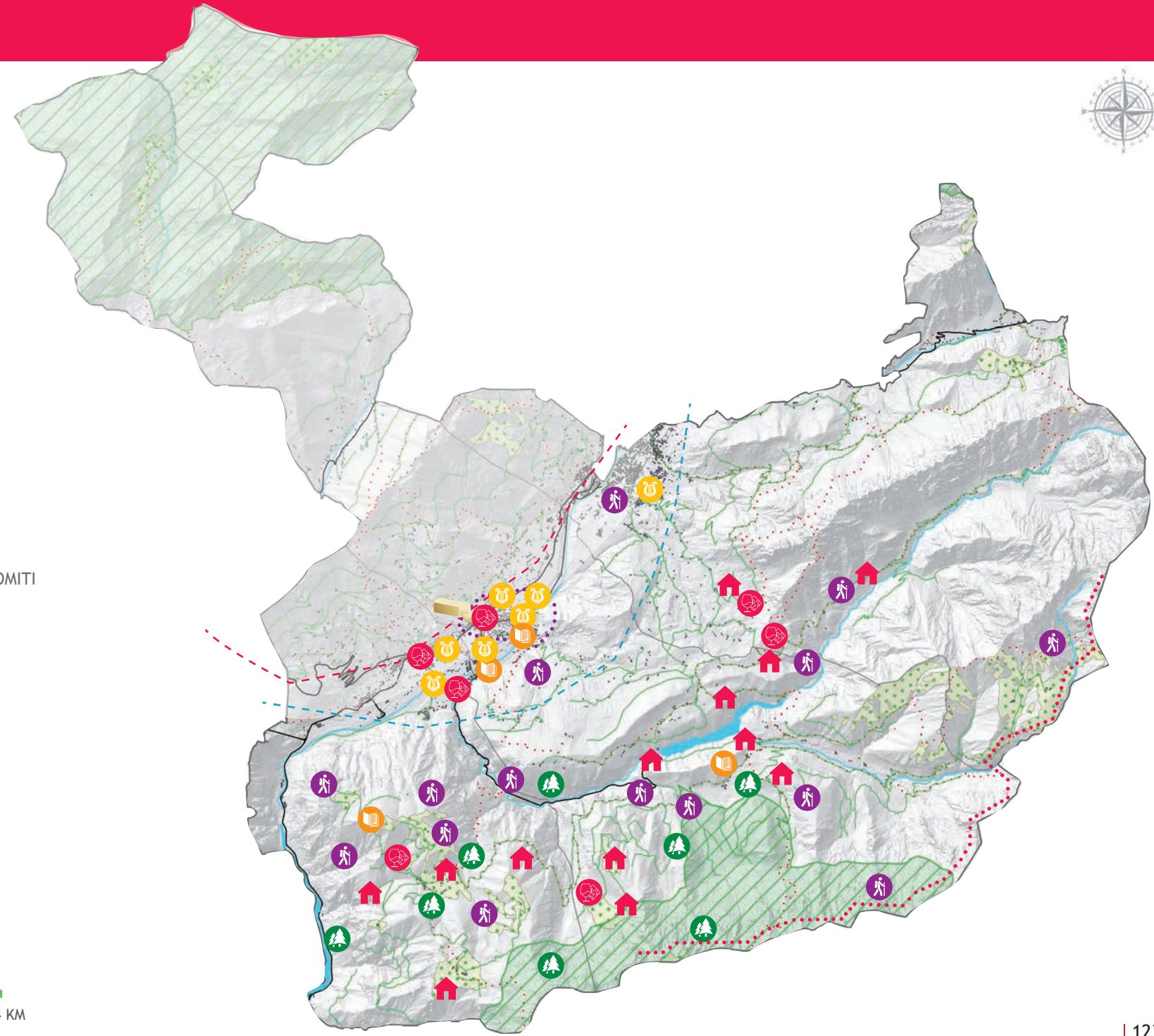
Fonte: Cooperativa Testo.

Dal punto di vista dell'attrattività escursionistica, la zona è ben collegata all'Alta Via delle Dolomiti n°2 ("Delle Leggende"), che collega Bressanone a Feltre in 14 tappe, che è una delle più battute di questo settore alpino. L'Ippovia del Trentino orientale lambisce il fondoalve, così come la Strada dei Formaggi delle Dolomiti. A questo quadro si aggiungono alcune piccole ma significative attrattive per specifiche attività quali il canyoning, l'arrampicata e la pesca sportiva - il torrente Noana è una delle sette aree all'interno del Trentino Fly & Spinning Tour. A fondoalve, negli abitati di Imer, Mezzano e Transacqua, sono presenti una serie di servizi al turismo outdoor: servizi di guida sul territorio (guide alpine, naturalistiche, culturali); istruttori di attività sportive (ciclismo, mountain-bike, arrampicata su roccia e ghiaccio, nordic walking, sci di fondo e fondo escursionismo, sci alpinismo, canyoning); noleggio attrezzature sportive e trasporti (minibus). Il quadro si completa con la presenza di una filiera riconosciuta di produzioni casearie tipiche: il Nostrano e il Botiro (Presidio Slow Food). A Mezzano è situato il caseificio sociale che rappresenta il punto terminale delle filiere che partono dalle malghe non solo dell'area dell'Alpe San Giovanni e del Vederna, ma di tutto il Primiero. Mezzano inoltre è parte della rete nazionale "Borghi più Belli d'Italia" (uno dei quattro presenti in Trentino), grazie alla suo bel centro storico, dove ha sede l'antica Lisiera - in italiano "lisciaia", luogo dove si produceva con la cenere e l'acqua l'antenato del detersivo per il bucato - unica nel suo genere (protetta dalla Sovrintendenza provinciale) e sede di diversi eventi culturali durante tutto l'anno. Nel centro storico sono inoltre fiorite diverse botteghe e atelier di produzioni artigianali.

## SUB-AMBITO PRIMIERO

COMUNI DI  
MEZZANO  
IMER  
TRANSACQUA (ora PRIMIERO SAN MARTINO DI CASTROZZA)

- ALTA VIA N.2 DOLOMITI
  - BORGHI PIU' BELLI D'ITALIA
  - BOTIRO DI PRIMIERO DI MALGA (PRESIDIO SLOW FOOD)
  - STRADA DEI FORMAGGI DELLE DOLOMITI
  - IPOVIA DEL TRENTO ORIENTALE
- Confini comunali  
— Viabilità principale  
— Viabilità forestale  
... Sentiero SAT  
— Idrografia principale  
■ Rete Natura 2000  
■ Pascoli  
■ Edificato



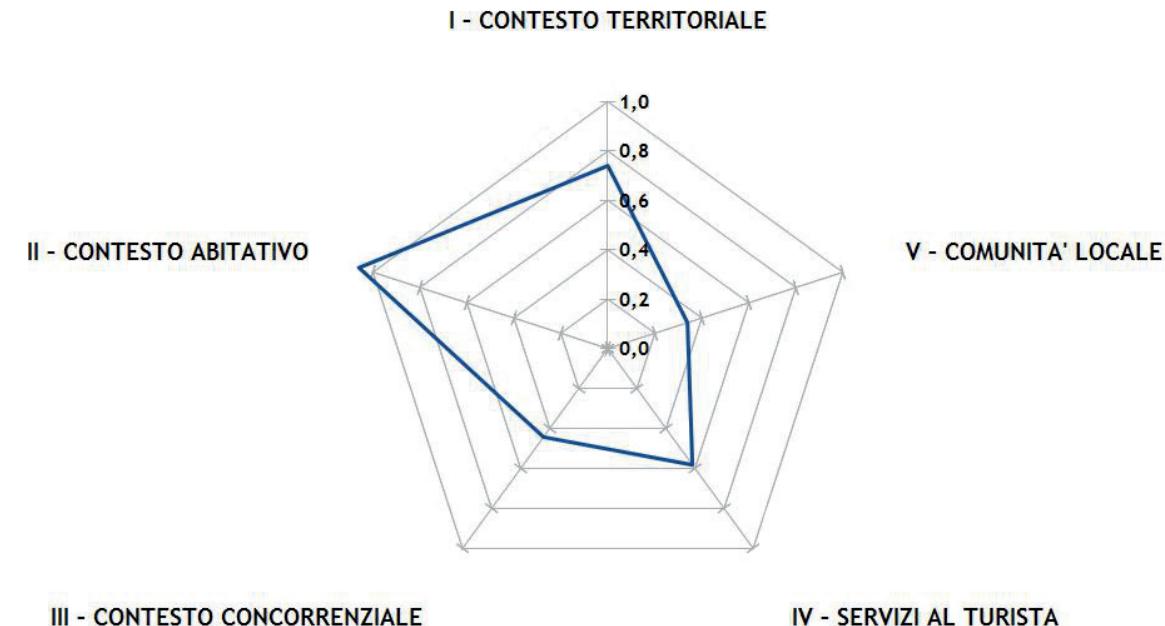
### **6.3.2 - VALUTAZIONE**

Nel complesso, le Alpi San Giovanni e Vederna rappresentano un ambito con buone potenzialità dal punto di vista dell'ospitalità diffusa.

I. Tutte e quattro le caratteristiche del contesto territoriale analizzato hanno ottenuto un risultato superiore alla media, in particolare per quanto riguarda l'offerta naturalistica e quella eno-gastronomica. Si tratta, infatti, di un territorio "circondato" da due Aree Protette e con un panorama particolarmente caratteristico. Inoltre, la forte presenza di attività di allevamento tipiche ha portato alla nascita di un'offerta di prodotti caseari riconoscibile a livello turistico.

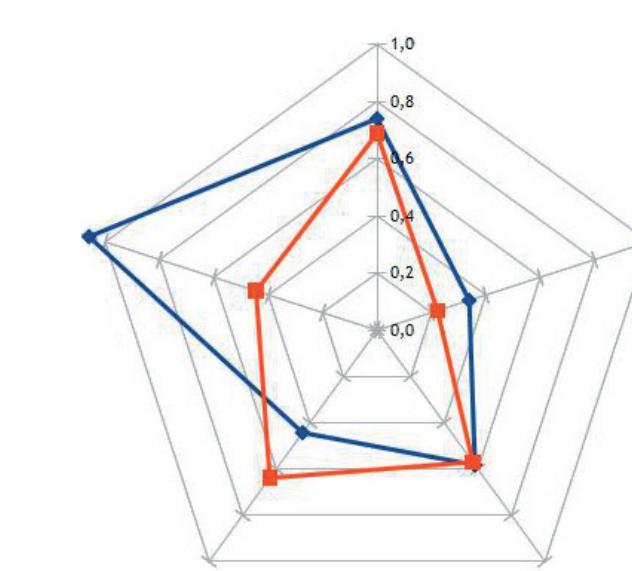
II. Le potenzialità in termini di possibile offerta di alloggi legati all'ospitalità diffusa sono oltre la media, risultato che migliora notevolmente prendendo in considerazione la consistenza media di posti letto legati a queste strutture. L'elevato valore raggiunto in questa caratteristica è dovuto, essenzialmente, dal grande potenziale di posti letto disponibili; in realtà questo dato potrebbe essere depurato con una analisi in termini qualitativi dei posti letto disponibili e dei diversi segmenti di mercato che potrebbero andare a soddisfare. Inoltre, la conformazione del territorio ben si presta ad una localizzazione della reception e degli alloggi ad una distanza che non richiede spostamenti eccessivi da parte degli ospiti.

III. La "concorrenza" alberghiera sul territorio non appare molto importante (è maggiormente concentrata nel vicino polo di Primiero-San Martino di Castrozza), mentre l'attuale densità ricettiva permette già un discreto posizionamento nel mercato turistico che potrebbe essere sfruttato in particolar modo nella fase di avvio del progetto.



V. Il buon risultato raggiunto con l'analisi della comunità locale potenzialmente coinvolgibile nel progetto potrebbe essere ulteriormente valorizzato ipotizzando un suo coinvolgimento, rafforzando le reti già presenti e mantenendo attivo il ruolo di custode dell'antico legame tra uomo e montagna.

Le caratteristiche del territorio lo portano ad essere molto simile al contesto analizzato nel caso dell'Albergo Diffuso di Faller (in rosso). Un caso di valorizzazione di un piccolo paese di montagna e delle sue frazioni, che altrimenti sarebbe andato a spopolarsi totalmente. L'ospitalità diffusa è stata il traino per valorizzare le tradizioni ed i prodotti locali, organizzando eventi che attraggono numerose visite e permettono ai residenti di non dover abbandonare il proprio territorio. Una mobilitazione della popolazione locale, con il successivo appoggio del vicino Parco Nazionale, per mantenere in vita il paese.



IV. Il territorio mostra una accessibilità stradale abbastanza carente, in parte compensata dai servizi al turista e dalla buona presenza di attività imprenditoriali caratteristiche, in particolar modo con riferimento all'allevamento (legate ai prodotti caseari tipici).

### 6.3.3 - PRIMI ELEMENTI DI BUSINESS PLAN

Utilizzando la metodologia descritta ad inizio capitolo, è possibile stimare la consistenza degli investimenti necessari all'avvio del progetto sulla base della numerosità delle strutture coinvolte. Il numero minimo considerato indispensabile per il successo della start-up è pari a 7, come nel caso dell'Albergo Diffuso di Faller.

*Tabella degli investimenti*

Strutture	Immediatamente-Fruibili(€ 1.300 - € 6.500 )	Minimi Interventi(€ 6.500 - €26.000)	Ristrutturazione parziale(€ 26.000 - € 52.000)	Ristrutturazione Completa(€ 52.000 - € 78.000)
7	€ 27.300,00	€ 113.750,00	€ 273.000,00	€ 455.000,00
18	€ 70.200,00	€ 292.500,00	€ 702.000,00	€ 1.170.000,00
30	€ 117.000,00	€ 487.500,00	€ 1.170.000,00	€ 1.950.000,00

*Fatturato annuale previsto*

Strutture Attive	7	10	18	25	30
Fatturato Annuale	€ 107.150	€ 153.050	€ 275.500	€ 382.650	€ 460.000
Costi di Gestione	€ 21.430,00	€ 30.610,00	€ 55.100,00	€ 76.530,00	€ 92.000,00
Risultato Operativo	€ 85.720,00	€ 122.440,00	€ 220.400,00	€ 306.120,00	€ 368.000,00

Il calcolo del fatturato annuale deriva da un ricavo medio per baita di 15.260 € (con sette posti letto per unità), prendendo come riferimento l'Area Turistica Vanoi di Vacanze in Baita.

Sotto le 7 strutture non esistono scenari sostenibili. Questa stima indica le linee guida per stimare un piano di rientro una volta valutato lo stato di conservazione delle strutture coinvolte, la quantità effettiva delle strutture fruibili all'avvio della start-up e l'andamento del mercato.

Considerando l'ipotesi più onerosa di investimento, 1.950.000 €, il periodo di rientro si stima in 5.3 anni, non tenendo conto dell'attualizzazione dei flussi operativi futuri.

### 6.3.4 - CARTA DI IDENTITÀ

Origine iniziativa	Progetto Tracce (misto)
Anno di Nascita	2018
Gestione	Consorzio
Distanza massima Reception-Alloggio	7 km
Offerta ricettiva della struttura	25 strutture; 175 posti letto
Servizio di Ristorazione	Condotta Slow Food Primiero
Tipologia di ospitalità diffusa	Albergo Rurale
Segmenti domanda turistica	Turismo Outdoor e Turismo Gourmet
Motivazioni di vacanza	Trekking, sport di fiume (canyoning, pesca), mountain-bike, turismo gastronomico, turismo etnografico-culturale

## 6.4- PAESE ALBERGO CIMBRI

### 6.4.1 - CONTESTO

Il sub-ambito si colloca nella porzione orientale dell'Altopiano Cimbro, comprendendo il territorio dei Comuni di Luserna e Lavarone, e una piccola parte del Comune di Folgaria. L'altitudine media si colloca sui 1.300 metri. Il territorio coinvolto comprende infatti l'abitato di Nosellari (Folgaria) ed estendersi verso Luserna, interessando i borghi di Piccoli, Dazio e Masi di sotto (frazioni del comune di Lavarone) e gli insediamenti sparsi lungo la dorsale che da San Sebastiano e Tezzeri scende verso Carbonare. La morfologia dell'area fa sì che il paesaggio si presenti lievemente ondulato e che le cime superino raramente i 2.000 metri d'altezza. Dal punto orografico il territorio è caratterizzato dalla presenza di terrazzi alpestri più o meno ampi, posti in media tra i 900 e i 1600 m di quota, intercalati da profondi solchi vallivi e da ripidi versanti. L'aspetto dell'altopiano è fortemente segnato dalla mano dell'uomo. Il tratto architettonico più forte è la pietra, usata per realizzare campi e orti terrazzati che risolvono l'elevata pendenza di certi luoghi, consentendone lo sfruttamento e ampliando le superfici di suolo coltivabile. Le zone più pianeggianti, segnate anch'esse da una fitta rete di mura a secco - questa volta per demarcarne la proprietà - erano e sono ancora in parte destinate al pascolo. E' qui che troviamo anche gli insediamenti più autentici, le malghe. Un'area posta vicina a molti hotspot più significativi individuati per l'ambito, dal Forte Belvedere al Lago di Lavarone, al Centro fondo Millegrobbe, alla Casa Museo - Haus von Prükk di Luserna, all'Avez del Prinsep, forse il più antico abete bianco d'Europa, al biotopo di Ecken.

La maggiore densità di hotspot si concentra sugli aspetti culturali, che possiamo suddividere in due filoni, uno di cultura immateriale e una di cultura materiale. Il primo è rappresentato dalla tradizione della lingua cimbra, che non solo dà il nome agli altipiani, ma si palesa sia nella proposta culturale e museale, sia nell'artigianato e nel folklore. Il secondo filone dai Forti della Grande Guerra: sette fortezze corazzate dispiegate sull'altopiano di Vezzena - Luserna (forti Cima Vezzena, Busa Verle e Luserna), l'altopiano di Lavarone (forte Belvedere Gschwent) e l'altopiano di Folgaria (forti Cherle, Sommo Alto e Dosso del Sommo). Il Trekking dei Forti attraversa tutta l'area, percorrendo il Sentiero della Pace. Gli hotspot legati alle produzioni tipiche hanno nel formaggio di malga Vezzena (Presidio Slow Food) la punta di diamante. A differenza degli altri due sub-ambiti, l'inverno in questo caso è una buona stagione per il turismo, non tanto legato allo sci alpino e agli impianti di risalita, quanto più a pratiche sportive più di nicchia e che ben si adattano alla conformazione del territorio. come lo sci di fondo, lo sleddog e le escursioni con le racchette da neve (ciaspe).

A differenza degli altri due sub-ambiti, che possiamo identificare come alberghi rurali, questa struttura di ricettività orizzontale interesserebbe in maniera preponderante i contesti a più alta urbanizzazione, come la frazione di Nosellari (costituita principalmente da seconde case e da appartamenti per vacanze) e l'abitato del piccolo borgo di Luserna. Per questo il modello di riferimento potrebbe essere il paese albergo, piuttosto che l'albergo rurale.



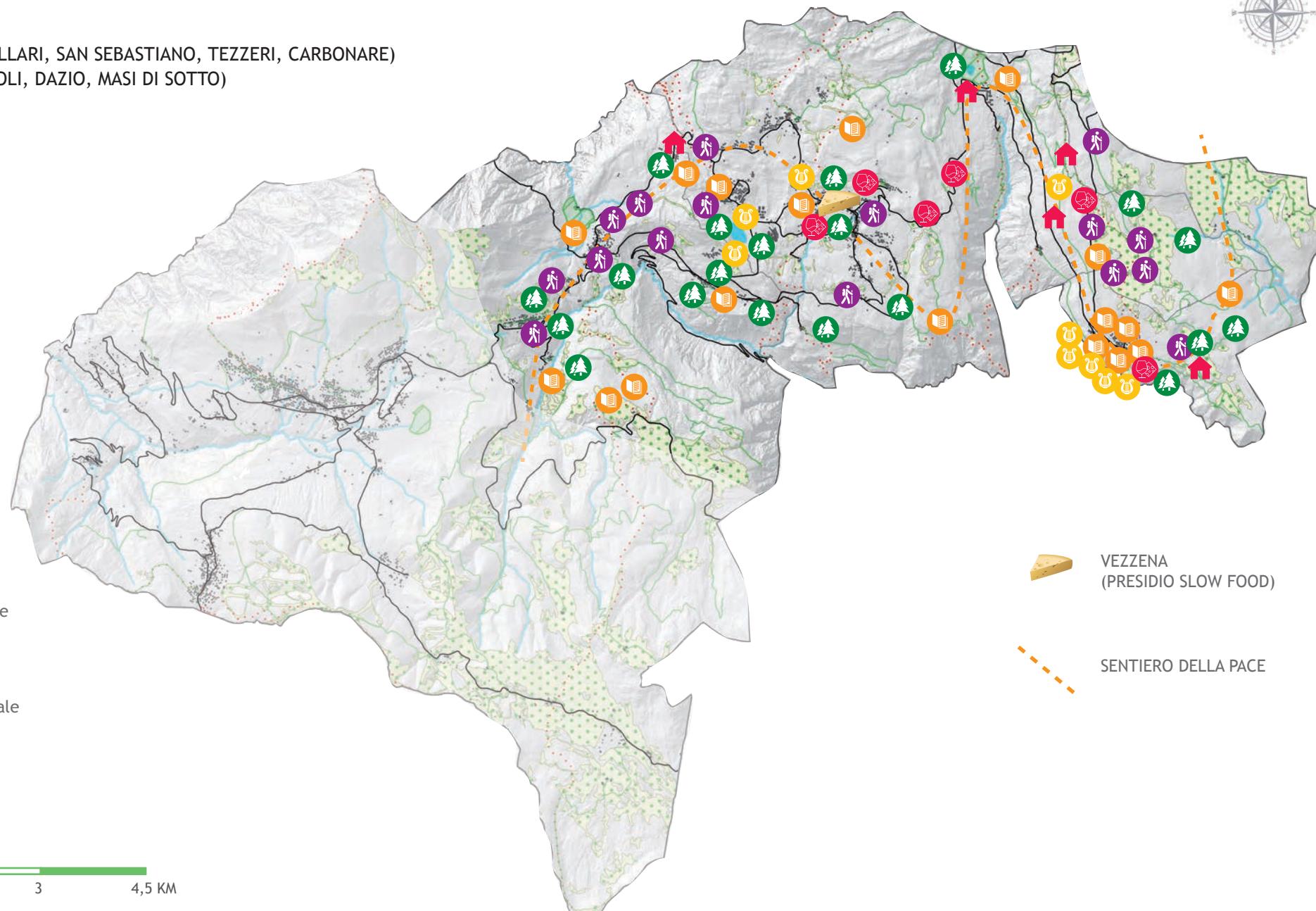
Foto: Fat Bike APT Alpe Cimbra

## SUB-AMBITO ALTIPIANI CIMBRI

COMUNI DI  
FOLGARIA (FRAZ. NOSELLARI, SAN SEBASTIANO, TEZZERI, CARBONARE)  
LAVARONE (FRAZ. PICCOLI, DAZIO, MASI DI SOTTO)  
LUSERNA



- Confini comunali
- Viabilità principale
- Viabilità forestale
- Sentiero SAT
- Idrografia principale
- Rete Natura 2000
- Pascoli
- Edificato



#### 6.4.2 - VALUTAZIONE

Nel complesso, la zona di Nosellari-Luserna rappresenta un ambito con discrete potenzialità dal punto di vista dell'ospitalità diffusa.

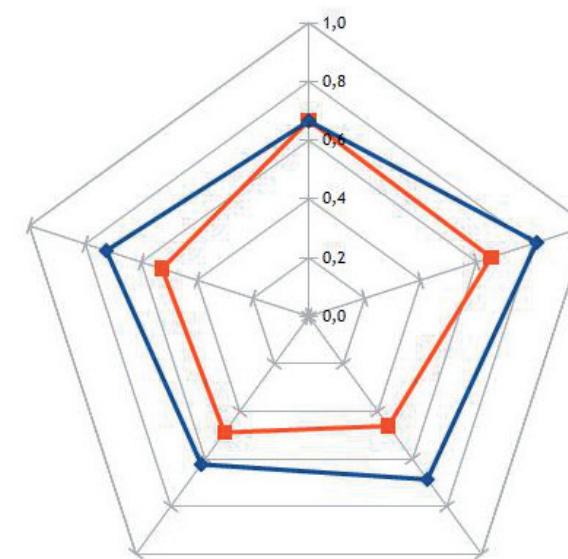
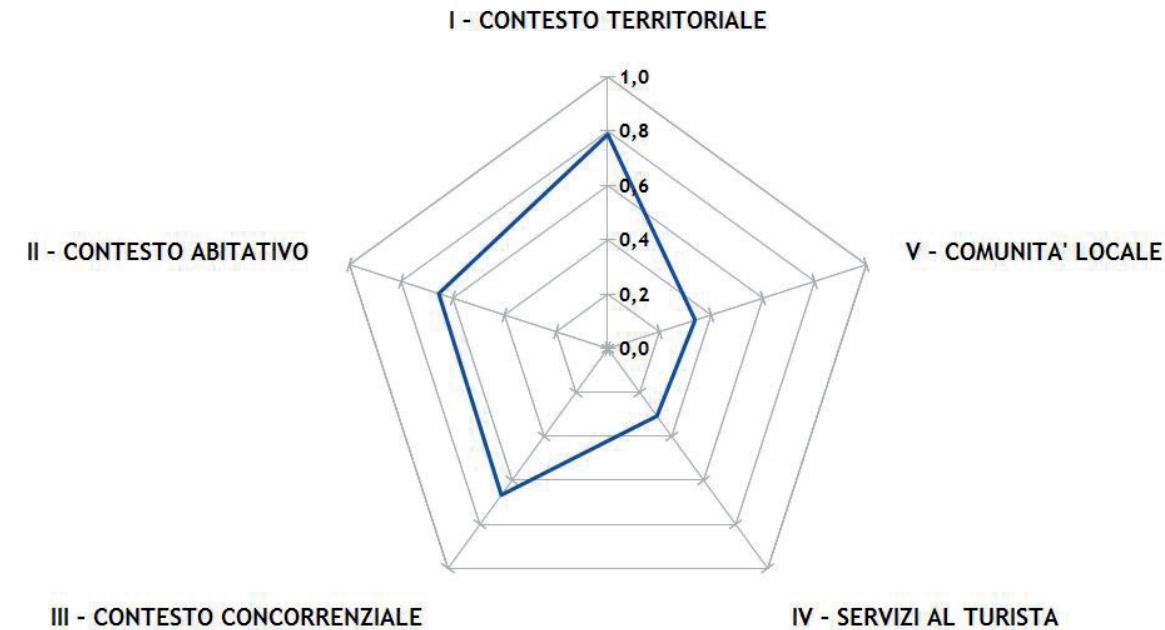
I. Le attrattive culturali ed ambientali, insieme alle diverse possibilità in termini di offerta di attività all'aria aperta ai turisti, rappresentano le peculiarità principali di questo territorio. Il territorio mostra, infatti, una doppia attrattiva invernale-estiva con il complesso sciistico degli Altipiani e la rete sentieristica locale. Le altre peculiarità del territorio sono la sua antropizzazione, in particolare dal punto di vista delle attività tipiche, la sua storia legata alla Grande Guerra e la cultura cimbra.

II. Le potenzialità in termini di possibile offerta di alloggi legati ad un progetto di ospitalità diffusa sono oltre la media, sia in termini di strutture che di posti letto.

III. Trattandosi di una meta turistica abbastanza affermata, la potenziale "concorrenza" alberghiera sul territorio è molto elevata. Per questo motivo è indispensabile un corretto posizionamento all'interno del mercato turistico: l'ospitalità diffusa dovrebbe rappresentare una offerta alternativa e complementare a quella alberghiera "tradizionale", sfruttando al contempo il bacino turistico attratto e quello promozionale di quest'ultima.

IV. Facilità di accesso e servizi al turista rappresentano le principali carenze del territorio analizzato, in parte compensate dalla forte presenza di attività legate alla ristorazione e di attività artigianali e di allevamento tipiche (legate soprattutto alla filiera casearia).

V. L'alta urbanizzazione del territorio genera un buon risultato in termini di popolazione residente da coinvolgere nel progetto di valoriz-



zazione territoriale. Questo risultato potrebbe essere ulteriormente valorizzato ipotizzando una metodologia di coinvolgimento della popolazione locale nel rafforzamento delle reti e nella promozione/mantenimento delle tradizioni locali.

Il primo Albergo Diffuso d'Italia, Comeglians (in rosso), è la buona pratica che maggiormente si avvicina alle caratteristiche appena analizzate. Un progetto che ha permesso la valorizzazione di un comprensorio montano mediante l'organizzazione di varie attività nel settore turistico, ambientale e artigianale.

Privati e amministrazioni locali hanno collaborato tra loro ristrutturando il patrimonio edilizio locale, rispettando le tradizioni del territorio. Una ospitalità diffusa all'interno di un territorio ampio, che arriva a coinvolgere 25 alloggi, per 85 posti letto.

#### 6.4.3 - PRIMI ELEMENTI DI BUSINESS PLAN

Utilizzando la metodologia descritta ad inizio capitolo, è possibile stimare la consistenza degli investimenti necessari all'avvio del progetto sulla base della numerosità delle strutture coinvolte. Il numero minimo considerato indispensabile per il successo della start-up è pari a 25, come nel caso dell'Albergo Diffuso di Comeglians.

*Tabella degli investimenti*

Strutture	Immediatamente-Fruibili(€ 1.500 - € 7.500)	Minimi Interventi(€ 7.500 - 30.000 €)	Ristrutturazione parziale(€ 30.000 - € 60.000 )	Ristrutturazione Completa(€ 60.000 - € 90.000)
25	€ 112.500,00	€ 468.750,00	€ 1.125.000,00	€ 1.875.000,00
27	€ 121.500,00	€ 506.250,00	€ 1.215.000,00	€ 2.025.000,00
30	€ 135.000,00	€ 562.500,00	€ 1.350.000,00	€ 2.250.000,00

*Fatturato annuale previsto*

Strutture Attive	18	20	25	28	30
Fatturato Annuale	€ 220.405	€ 244.895	€ 306.120	€ 342.850	€ 367.340
Costi di Gestione	€ 44.081,00	€ 48.979,00	€ 61.224,00	€ 68.570,00	€ 73.468,00
Risultato Operativo	€ 176.324,00	€ 195.916,00	€ 244.896,00	€ 274.280,00	€ 293.872,00

Il calcolo del fatturato annuale deriva da un ricavo medio per baita di 12.208 € (con quattro posti letto per unità), prendendo come riferimento l'Area Turistica Vigolana di Vacanze in Baita.

Le caselle in verde rappresentano gli scenari con il numero di strutture sufficiente in accordo con la buona pratica di Comeglians. Questa stima indica le linee guida per stimare un piano di rientro una volta valutato lo stato di conservazione delle strutture coinvolte, la quantità effettiva delle strutture fruibili all'avvio della start-up e l'andamento del mercato.

Considerando l'ipotesi più onerosa di investimento, 2.250.000 €, il periodo di rientro si stima in 7.6 anni, non tenendo conto dell'attualizzazione dei flussi operativi futuri.

#### 6.3.4 - CARTA DI IDENTITÀ

Origine iniziativa	Pubblica, amministrazioni locali
Anno di Nascita	2018
Gestione	Consorzio o Associazione
Distanza massima Reception-Alloggio	10 km
Offerta ricettiva della struttura	30 strutture; 120 posti letto
Servizio di Ristorazione	Ristorazione tipica nei paesi capoluogo
Tipologia di ospitalità diffusa	Paese Albergo
Segmenti domanda turistica	Turismo Outdoor e Turismo Culturale
Motivazioni di vacanza	Sport invernali, turismo storico (Grande Guerra), turismo gastronomico e turismo culturale-etnografico

## 7 - CONCLUSIONI

La descrizione delle start-up presentata nel capitolo precedente permette di compiere una selezione dello scenario migliore, considerando fattori endogeni ed esogeni alla struttura di ospitalità diffusa. La metodologia utilizzata si basa su una serie di campi di valutazione con pesi diversi, per indicare il first, il second e il third best.

Campi Di Valutazione	Punteggi		
	Migliore	Medio	Peggio
Anni di rientro dell'investimento nel caso più oneroso (stima)	7	5	2
Redditività marginale strutture (stima)	7	5	2
Bassa complessità mercato ricettivo	10	7	3
Trend arrivi Ambito Turistico di Riferimento	10	7	3
Doppia stagionalità offerta potenziale	10	7	3

I primi due campi di analisi mostrano dei pesi inferiori agli ultimi tre, con un distacco contenuto tra la prima classificata e l'ultima, considerando il fatto che rappresentano proiezioni su stime e che quindi scontano una possibilità più elevata di errore di valutazione. Il peso che si assegna loro è comunque importante perché rappresentano le caratteristiche endogene alla start-up di ospitalità diffusa più importanti ai fini della sostenibilità dell'investimento.

Nel dettaglio, gli anni di rientro nel caso dell'investimento più oneroso dell'Albergo Rurale Lagorai sono stati stimati in 3.8, dell'Albergo Rurale San Giovanni - Vederna in 5.3 e per il Paese Albergo Cimbri in 7.6. La classifica precedente si conferma anche per quanto riguarda la redditività di impresa per ogni singola struttura aggiuntiva.

I restanti tre campi di valutazione sono invece elaborazioni su dati statistici reali o su elementi emersi dalla ricerca-azione, e quindi il loro peso aumenta in quanto più affidabili. Sono fattori esogeni alle strutture di ospitalità diffusa, si focalizzano infatti sulle caratteristiche del contesto turistico che le accoglie. Il primo misura la densità e la tipologia della concorrenza, il secondo l'attrattività dell'ambito di riferimento (Altipiani Cimbri, Primiero e Valsugana) nei confronti del mercato turistico ed il terzo la possibilità di utilizzare più parti dell'anno come periodi attivi, mitigando potenziali stagioni eccezionalmente negative.

I risultati riequilibrano la situazione parziale. Nel primo campo la situazione migliore è quella in cui si colloca la start-up primierotta; nel secondo campo il saggio di crescita migliore in merito agli arrivi negli ultimi anni è quello dell'Ambito Turistico della Valsugana; e nel terzo è il Paese Albergo Cimbri, con la sua potenziale doppia stagionalità a risultare nella migliore condizione.

Il risultato finale per quanto riguarda l'assegnazione dei punteggi alle tre realtà di start-up è riportato nella tabella seguente.

*Il confronto tra le start-up*

Campi Di Valutazione	Punteggi		
	Albergo Rurale Lagorai	Albergo Rurale San Giovanni Vederna	Paese Albergo Cimbri
Anni di rientro dell'investimento nel caso più oneroso (stima)	7	5	2
Redditività marginale strutture (stima)	7	5	2
Bassa complessità mercato ricettivo	7	10	3
Trend arrivi Ambito Turistico di Riferimento	10	3	7
Doppia stagionalità offerta potenziale	3	7	10
<b>TOTALE</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>24</b>

La classifica finale quindi è la seguente:

- Albergo Rurale Lagorai (34 punti): **first best**
- Albergo Rurale San Giovanni - Vederna (30 punti): **second best**
- Paese Albergo Cimbri (24 punti): **third best**

## 7.1 - ALCUNE INDICAZIONI DELLE ESPERIENZE ANALIZZATE

Presupponendo che vi sia la volontà di investire sull'avvio di una o più delle start-up individuate, prima di analizzare i primi passi da compiere, è utile e necessario elencare quali sono gli errori più comuni da evitare, facendo riferimento in particolar modo all'esperienza fallimentare dell'Albergo Diffuso del Vanoi.

### PROTAGONISMO PUBBLICO

Uno degli errori più comuni tra le esperienze analizzate è stato quello di legare le sorti del progetto al solo sostegno pubblico. La prima fattispecie di questa tipologia di errore è l'identificazione del progetto con l'amministrazione comunale che lo supporta. Se è pur vero che molte delle esperienze di successo hanno avuto origine dalle intuizioni di sindaci e assessori, è altrettanto vero che l'orizzonte temporale di un'amministrazione locale è legato alle dinamiche elettorali, a cui un progetto imprenditoriale di turismo non può sottostare.

Come evidenziato anche dalle stime di rientro dell'investimento e dall'esperienza concreta del Vanoi, il tempo per poter apprezzare i risultati di un progetto di ospitalità diffusa è mediamente più lungo del mandato di un sindaco. Niente assicura che la giunta successiva abbia le stesse sensibilità e conceda il medesimo supporto al progetto, soprattutto se la stessa viene identificata come un'iniziativa della precedente amministrazione - o peggio ancora legata alla persona del sindaco o dell'assessore di turno - e non come un'interesse della comunità tutta. È vitale che il progetto abbia fin dalla sua nascita le caratteristiche di un'iniziativa pubblico-privata in cui la parte pubblica non vada oltre il ruolo di garante degli interessi della comunità e del territorio. Contrariamente, uno sbilanciamento di ruoli, in cui soprattutto il ruolo del privato profit (gli imprenditori del turismo) è molto limitato, porta rapidamente a perdere di vista la sostenibilità economica nel medio-lungo periodo.

Della stessa famiglia di problemi è il sostegno pubblico attraverso finanziamenti a fondo perduto. Se la possibilità di accedere a risorse pubbliche sicuramente rappresenta un vantaggio in termini assoluti, il suo effetto sulla sostenibilità economica nel medio-lungo è discutibile. Il finanziamento pubblico può rappresentare una condizione importante, finanche necessaria in taluni contesti, ed in particolar modo nelle fasi più critiche di liquidità dell'iniziativa come in caso di importanti ristrutturazioni delle strutture. Può, però, essere una condizione sufficiente all'avvio dell'impresa di ricettività diffusa. Le valutazioni sulla bontà o meno di un investimento in questo tipo di impresa devono tener conto prioritariamente della capacità della stessa di generare la propria sostenibilità dalle proprie performance sul mercato del turismo. Soprattutto nelle prime fasi è utile curare questo aspetto, per evitare lo spreco di ingenti somme di denaro pubblico. Il rischio altrimenti è quello di vedere tramontare il progetto al termine della possibilità di accedere ai fondi pubblici. È stato questo il caso di molti "alberghi diffusi" nati e falliti nel giro di poche stagioni alla fine del primo decennio dei DueMila quando, sull'onda dell'entusiasmo per il fenomeno, le

autorità locali (per lo più regionali) attivarono misure di finanziamento ad hoc per iniziative di ospitalità diffusa, rivelatisi poi incapaci di camminare con le proprie gambe.

### DERIVA IMPRENDITORIALE

La seconda tipologia di errore è per certi versi speculare alla prima. Se il progetto diventa appannaggio di pochi imprenditori del ricettivo, piano piano atrofizza le sue radici che lo legano alla comunità e al territorio, perdendo la linfa vitale che garantisce il suo essere alternativo alla ricettività tradizionale e la sua capacità continua ad innovarsi. Questo accade quando le logiche imprenditoriali prendono il sopravvento sulle logiche di sviluppo sostenibile del territorio e della comunità che lo abita, che invece devono coesistere in armonia nel progetto di ospitalità diffusa. Come abbiamo visto, infatti, è la comunità stessa che, mettendosi in mostra, diventa protagonista di questo tipo di destinazione turistica. Nel momento in cui la comunità smette di riconoscersi nel progetto (perdita della community ownership), si assiste ad un processo denominato di "disneyficazione", ovvero l'offerta di turismo è di fatto un falso creato appositamente per il turista. Questo può rivelarsi un errore fatale, poiché viene a mancare l'elemento base della motivazione di vacanza, ovvero l'autenticità dell'esperienza. Ciò capita più spesso nei casi in cui la compagnia imprenditoriale del ricettivo coinvolto non è autoctona e il progetto insiste su un contesto dove la comunità è ridotta nei numeri e il tasso di invecchiamento delle popolazioni è elevato.

### LA NORMATIVA PROVINCIALE

Il presente studio di fattibilità non ha l'ambizione di voler suggerire una modifica alla Legge Provinciale sugli alberghi diffusi, ma semplicemente di sottolineare che non favorisce lo sviluppo di questa tipologia di ospitalità. Se in

linea generale è pur vero che avere una riconoscimento normativo aiuta il corretto sviluppo di un fenomeno (determinandone la tracciabilità), in questo contesto strutturare il progetto di ospitalità diffusa sforzandosi di rientrare nel solco dell'articolo 36 bis della legge provinciale 7/2002 potrebbe pregiudicarne il successo. L'attuale legge, di fatto, non premia molti dei contesti trentini dove l'ospitalità diffusa potrebbe avere successo, in modo particolare nell'ambito del BIM Brenta. Si è dimostrato come il requisito della distanza massima tra la reception e il più lontano posto letto della struttura, non sia così influente sulle performance della struttura. Ciò che è importante è la riconoscibilità della destinazione turistica agli occhi del visitatore, l'omogeneità territoriale e il tratto distintivo.

Inoltre va considerato che la definizione di albergo diffuso varia da regione a regione, da legislatore a legislatore. Se per esempio prendessimo come riferimento la legge della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, non avremmo nessuna difficoltà a definire le tre start-up individuate "alberghi diffusi", come sono denominate le buone pratiche di riferimento. Se queste fossero localizzate in Trentino non potrebbero fregiarsi del nome tradizionale. Dei tre scenari di start-up individuati, appositamente nessuno è stato denominato "albergo diffuso" proprio per sottolineare la necessità di discostarsi dai requisiti descritti nella norma ed evitare confusioni.

## 7.2 - POSSIBILE SVILUPPO DEL PROGETTO

Questo paragrafo conclusivo vuole fissare delle pietre miliari che conducono al lancio sul mercato dell'impresa di ospitalità diffusa, dandone una prima breve descrizione e provando a immaginarne le tempistiche.

### RICOGNIZIONE E VALUTAZIONE DEI SOGGETTI E DELLE STRUTTURE DA COINVOLGERE

Il soggetto promotore dell'albergo rurale o del paese albergo, compie un'azione di cognizione all'interno del perimetro del sub-ambito individuato indirizzata a due risultati:

- coinvolgere i proprietari degli immobili e i prestatori di servizi al turismo (ristorazione, produttori tipici/malgari, guide del territorio, trasporto locale);
- censire gli immobili che faranno parte dell'offerta ricettiva e stimare i costi di intervento per ognuno di essi quanto più accuratamente possibile.

La prima azione può essere condotta attraverso uno incontro pubblico di lancio che informa dell'avvio dell'iniziativa, seguito da una necessaria attività di "porta a porta". La stima degli interventi non deve in nessun modo essere delegata ai proprietari dell'immobile stesso, ma deve essere compiuta da un soggetto professionale terzo il cui servizio deve essere preferibilmente contrattato dalle amministrazioni comunali coinvolte.

### STESURA DEL BUSINESS PLAN E RICOGNIZIONE POSSIBILI FONTI DI FINANZIAMENTO

Utilizzando lo stesso approccio metodologico applicato in questo studio di fattibilità per individuare i primi elementi di business planning, si compia un'analisi completa degli elementi e dei contenuti dell'impresa. In particolar modo si rende necessaria un'analisi dei flussi di domanda di turismo, coinvolgendo quindi anche gli operatori presenti sul territorio in un'indagine puntuale. È inoltre importante impostare un Business Plan che abbia come interlocutori i principali possibili finanziatori e investitori:

- il mercato del credito locale;
- la Provincia Autonoma di Trento che può finanziare attraverso la L.P. 6/1999 (Legge Provinciale sugli incentivi alle imprese) e in particolare gli articoli: 3-Aiuti per investimenti fissi, 8-Nuova imprenditorialità, 34 ter-Fondo di rotazione ad alimentazione fissa;
- il Fondo Nazionale per il microcredito e il Fondo Nazionale per le PMI;
- la Federazione delle Cooperative (se si sceglie questa forma giuridica per l'impresa turistica);
- il neonato GAL del Trentino Orientale che può finanziare attraverso le misure del Piano di Sviluppo Locale del Progetto LEADER, comprese nell'Ambito Strategico 3A "Turismo Rurale" (in particolare la 6.4, la 7.5) e nell'Ambito Strategico 6 "Valorizzazione dei Beni Culturali e del Patrimonio Artistico Legato al Territorio" (la 7.6).

Anche in questo passaggio è vitale che si individui un professionista terzo per la stesura del Business Plan.

### AVVIO DEL PERCORSO PARTECIPATO TRA I SOGGETTI COINVOLTI PER LA DEFINIZIONE DEL DISCIPLINARE DI QUALITÀ E DELLA FORMA DELLA SOCIETÀ DI GESTIONE

È la fase più delicata della nascita dell'impresa di ricettività orizzontale, perché è il momento di costruzione del contenitore al cui interno devono convergere e poi coesistere gli interessi particolari, pubblici e privati. La metodologia consigliabile per raggiungere l'obiettivo è quella di tipo partecipativo alternando tavoli di lavoro settoriali (proprietari degli immobili, prestatori di servizi al turismo, associazionismo locale) a momenti plenari (forum) di sintesi e condivisione. Il punto da cui partire per l'avvio del percorso partecipato è il documento di Business Plan.

Il Disciplinare rappresenta la base delle regole

condivise di approccio al turista, standard qualitativi e definizione delle regole di ingaggio tra i diversi proprietari, i servizi e la Società di Gestione, di cui andrà decisa di conseguenza la forma giuridica. Le buone pratiche dell'ospitalità diffusa indicano nella cooperativa la forma più utilizzata che, considerato il tessuto imprenditoriale del Trentino, potrebbe essere anche in questo caso la scelta migliore.

#### AVVIO DEL LABORATORIO DIDATTICO PER LA FORMAZIONE DELLE COMPETENZE NECESSARIE

La gestione della ricettività diffusa necessita di una serie di competenze che vanno raccolte sul territorio (e non altrove) e, nel caso non fossero presenti, formate all'occorrenza. Viene quindi stilata una lista di esigenze formative e costruiti dei percorsi didattici ad hoc per soddisfarle, anche in collaborazione con esperti esterni provenienti da altre esperienze di ospitalità diffusa. Le figure professionali imprescindibili per il funzionamento sono:

- receptionist, che gestisce il rapporto diretto con la clientela e cura le relazioni quotidiane con gli operatori dell'incoming turistico a partire dall'ApT e con i fornitori di servizi esterni;
- direttore della società di gestione, che è il responsabile della gestione aziendale e delle relazioni con i soggetti istituzionali del territorio a partire dai finanziatori e dai partner;
- amministratore, che è il responsabile dell'area di gestione della contabilità, questa mansione può essere affidata al receptionist nel caso le dimensioni della struttura lo consentano;
- animatore territoriale, che è la figura che si occupa di coordinare progetti e iniziative di turismo rurale insieme agli altri soggetti del territorio (associazioni, ecomusei, ApT, ecc....).

Un'ulteriore formazione deve essere prevista per gli stessi operatori del ricettivo per il raggiungimento dei necessari standard qualitativi e delle competenze necessarie (esempio nelle lingue straniere).

#### Percorso definizione catalogo della destinazione turistica

Attività	Descrizione	Output
1. Ricognizione delle offerte delle buone pratiche di riferimento.	Partendo dalle informazioni raccolte sulle performance turistiche delle buone pratiche, selezione dei pacchetti a cui ispirarsi per la definizione dei Club di Prodotto.	Definiti n Club di Prodotto (CdP)
2. Attivazione n Gruppi di Lavoro (per Club di Prodotto).	Vengono attivate le filiere di servizi che compongono i CdP. Gli operatori si riuniscono in n Gruppi di Lavoro che sviluppano le esperienze di turismo da inserire nella prima versione del Catalogo.	Catalogo AD versione "0.1"
3. Test Esperti Turismo.	Una selezione di esperti del settore (accademici, consulenti, rappresentanti del mondo del business turistico) testa il Catalogo "0.1" e redige un report di visita.	Catalogo AD versione "0.2"
4. Fam-trip - Educational	Vengono invitati tour operator italiani/stranieri e giornalisti di settore per testare il Catalogo "0.2".	Catalogo ufficiale Stagione I
5. Campagna Promozionale Marketing	Studio e avvio campagna di promozione attraverso il web (apertura sito e social), attraverso la rete nazionale degli AD, partecipando a fiere del settore	Posizionamento dell'offerta turistica sul mercato
6. Valutazione risultati	Al termine della prima stagione turistica vengono valutate performance, flussi e risultati economici per apporre i dovuti correttivi e migliori	Catalogo ufficiale Stagione II

#### IDEAZIONE, SVILUPPO, TEST E LANCIO SUL MERCATO DEL CATALOGO DELLA DESTINAZIONE TURISTICA

Una volta costruita la struttura e averla dotata di un modello gestionale, è il momento di apprezzare il mercato facilitando la nascita della destinazione turistica di ospitalità diffusa. L'obiettivo tangibile è la creazione di un Catalogo dell'Albergo Rurale/Paese Albergo, che raccolge le esperienze di turismo che il territorio del sub-ambito può offrire. Come abbiamo visto, l'esperienza di turismo è frutto dell'integrazione di una serie di servizi al turista, di cui l'alloggio è solo uno dei molti, e il cui valore percepito è dato più dalla loro armoniosa combinazione più che dalla somma degli hotspot. È quindi necessario che gli animatori territoriali organizzino nei Gruppi di Lavoro tematici suddivisi per "motivazione di vacanza" per garantire l'apprezzio al mercato basato sul target-group e quindi sulla domanda. I Gruppi di Lavoro rappresentano il luogo dove costruire passo passo il Catalogo.

La tabella seguente mostra i passaggi principali per la costruzione del sopracitato catalogo, con i relativi output.

