

## CAPITOLO 2

### VALORIZZAZIONE TURISTICA, CULTURALE, AMBIENTALE

L'aspetto saliente dei lavori di questo gruppo è risultato essere una consapevolezza assolutamente realistica e matura della situazione turistica del Canavese. I dati puntuali resi disponibili dal contemporaneo lavoro di pianificazione turistica su scala provinciale hanno evidenziato in termini crudi la debolezza del sistema turistico canavesano. Ad essi, tuttavia, ha fatto seguito, negli incontri effettuati, una reazione costruttiva e improntata alla gradualità nell'acquisizione di risultati diversi, tanto più rilevante per il fatto che, contestualmente, andava definendosi la riorganizzazione delle ATL, con la scomparsa del soggetto autonomo canavesano – lanzese.

Queste premesse, che rappresentano l'occasione di rilancio di un'azione per superare un clima di aspirazioni irrealistiche, sono un importante punto di appoggio per un lavoro davvero strategico che il territorio intende realizzare.

Seguendo la falsariga degli incontri di focus svolti, ed in coerenza con le indicazioni del piano turistico provinciale, le linee strategiche sul turismo sono riassumibili nel modo seguente.

#### 2.1 PARCO NAZIONALE DEL GRAN PARADISO

La vocazione naturalistica del Parco Naturale del Gran Paradiso, ricopre sicuramente un punto importante nell'analisi dell'area, in quanto interpreta con forza un insieme di tradizioni e identità, tuttora ampiamente riconosciuto dai soggetti locali. E' importante notare, peraltro, che il Piano turistico provinciale assegna a questo territorio montano un'identità naturalistica e storica distinta, rispetto ad una vocazione orientata in direzione sportiva ed in certo modo più estrema.

Durante l'incontro presso il Comune di Locana, svoltosi in data 10 maggio 2007, è emersa una sostanziale intesa circa gli aspetti cruciali operativi per il "rilancio" dell'area:

- Valorizzazione dell'**aspetto faunistico** del Parco in un'ottica di business e gestibilità economica, alla possibilità di avvicinare forme di vita in un ambiente dal carattere di forte *wilderness* e naturalità si potrebbero associare forme di attrazione turistica che favoriscano un utilizzo del tempo libero in grado di coniugare cultura, educazione, spettacolo, divertimento ed emozione

## Piano Strategico del Canavese

attraverso un utilizzo della natura rispettoso dei luoghi e dell'ambiente. L'area va concepita non solo come Parco Naturale, ma anche Parco Tematico legato a nuove proposte di coinvolgimento e lettura del territorio. A questo proposito sono istruttive alcune considerazioni sviluppate in un incontro con la struttura di gestione dell'Acquario di Genova: la definizione di un prodotto turistico più chiaro in termini di identità e di coinvolgimento emotivo; una comunicazione di avvenimenti faunistici o naturalistici all'interno del Parco nettamente più incisiva dell'attuale; un ripensamento dei limiti e dei vincoli di accessibilità e permanenza (estensione delle navette, avvicinamenti in fuoristrada in aree limitate, campeggio sorvegliato ma autorizzato su alcuni itinerari), la valorizzazione del preparco come area di ricaduta della wilderness del Parco.

- Rilancio del luogo in relazione alla **vicenda storica** (Cacce Reali, alpinismo, ...) e alla **tradizione folklorica** veicolando all'utenza gli aspetti tradizionali, tipologico – costruttivi e culturali, per far conoscere il Parco non soltanto nella sua fisicità della situazione attuale, ma per suscitare rispetto e curiosità nei confronti di ciò che la storia ha lasciato sul territorio.

Si ricordano, dal punto di vista culturale – architettonico le *case di caccia* e dal punto di vista ambientale i “sentieri natura” o la *strada reale di caccia*.

Da questo punto di vista le forme di rivitalizzazione culturale potrebbero partire proprio dai *Centri Visita* e dagli *Ecomusei* già presenti sul territorio.


- Potenziamento della “**cultura dell'accoglienza**” e delle infrastrutture relative ai servizi. Sotto questo angolo di visuale, il ritardo del Canavese sembra innegabile, e tale da non essere recuperabile in pochissimi anni. Per questo è risultato di grande interesse il suggerimento di puntare con vigore ad un sistema di accoglienza “outdoor”, rivolto ai campeggi ed ai camper, nel quale è realistico rafforzarsi in breve tempo e, con relativamente pochi investimenti, raggiungere valutazioni di eccellenza. Questo mercato, che ormai rappresenta una nicchia non proprio più tale, ha anche buone ricadute in termini di spesa locale. Una coerente politica da parte di tutti i Comuni della zona in tale direzione permetterà di fronteggiare i ritmi più lenti di adeguamento delle altre infrastrutture.
- Attivazione di un sistema di “**alberghi diffusi**” sparsi sul territorio del Parco e presso i Comuni limitrofi. Anche questa indicazione ha attirato grandi attenzioni, ma essa va temperata con la considerazione che questa proposta di accoglienza solo in apparenza è più accattivante di quella tradizionale. I problemi di gestione organizzativa, di logistica, di sicurezza e di vitalizzazione


## **Piano Strategico del Canavese**

di un sistema ad albergo diffuso sono tali da portare ad incrementi di costo che solo una preparazione infrastrutturale oculata, una preparazione professionale consolidata e la capacità di maneggiare tecnologie di comunicazione permette di superare. Si tratta di una soluzione che vede in Canavese delle possibilità di attuazione, ma non ancora l'imprenditorialità in grado di gestirla: essa va preparata a partire da qualche gruppo di giovani con ambizione e capacità.

La Provincia di Torino si farà carico di individuare le modalità di supporto alle iniziative in tali direzioni, nell'ottica di concretizzare le linee strategiche e gli obiettivi operativi come delineate di seguito.

### Linee Strategiche:

<b>linea strategica 1</b>	
<i>Prodotto turistico PNGP</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– Strutturazione di un prodotto legato alla naturalità e alla tradizione storico - folklorica del luogo.</li><li>– Percorsi naturalistici e storico alpinistici accompagnati, promossi con week end programmati durante tutte le stagioni, all'insegna di un approccio più assertivo ("si va a vedere gli stambecchi come si va a vedere i delfini o le balene").</li><li>– predisposizione di una <u>tariffazione per la sosta delle auto</u> che cresce più ci si allontana dalla città metropolitana e ci si avvicina al Parco, per indirizzare i turisti all'utilizzo delle navette preposte.</li><li>– potenziamento e flessibilizzazione del sistema navette, uscendo dalla stagionalità estiva, e ponendolo al servizio di piccoli gruppi.</li><li>– ricerca di intese commerciali e di collaborazioni con parchi naturali o tematici, finalizzate allo scambio di materiale promozionale, alla gestione di pacchetti turistici agevolati di scambio su adeguati periodi.</li><li>– creazione di un centro unico di promozione che veda convergere PNGP, comunità montana ed altri attori operativi;</li><li>– creazione di un centro unico di prenotazioni su tutto lo spettro dell'accoglienza.</li></ul>	

<b>linea strategica 2</b>	
<i>Immagine PNGP</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– Potenziamento di una rete di aree attrezzate per pic nic attraverso la definizione di uno standard costruttivo e gestionale diffuso sul territorio: tavoli, postazioni di barbecue, servizi igienici, fontane, aree per i bambini. Il tutto sviluppato attraverso criteri gestionali e programmi manutentivi condivisi.</li><li>– Potenziamento del senso di coinvolgimento emotivo dell'utente verso l'ingresso al Parco, attraverso l'identificazione di un elemento distintivo per ogni area di sosta: sentiero natura, percorso che conduce a una sorgente d'acqua, segnalazione di un bene architettonico o naturale simbolo della tradizione del luogo, postazioni per esperienze tattili - sensoriali, itinerari tematici, percorsi per orienteering.</li></ul>	

## Piano Strategico del Canavese

- Sistema di comunicazione attraverso la realizzazione di una cartellonistica condivisa presso i principali sentieri o presso i punti di maggior interesse che segnali punti di partenza e di arrivo dell'itinerario, aree di sosta, punti di osservazione, presenza di borgate, ecc....
- Valorizzazione del marchio almeno attraverso una linee di merchandising adeguata.

### **linea strategica 3**



#### *Sistema di comunicazione*

- Ipotesi di un sistema di comunicazione che si sviluppi nei punti strategici dei Comuni limitrofi al Parco attraverso strutture mobili o flyer e nelle aree con forte carattere di somiglianza al PNGP (totem da posizionare presso istituti scolastici dedicati, Parchi presenti sul territorio nazionale, centri visita di altre realtà simili a questa).
- Ipotesi di videoteca on demand scaricabile da un sito ufficiale del parco, volta a diffondere il patrimonio di filmati scientifici e naturalistici e a favorire la fidelizzazione ed il ritorno alla visita. E' anche ipotizzabile la creazione di una linea di filmati corti e leggeri scaricabili su cellulari e commercializzabili come jingles, con adeguate royalties.

### 2.2 CONFLUENZE NORD OVEST, AGRICOLTURA E TURISMO RURALE

All'interno del gruppo "Valorizzazione Turistica, Culturale e Ambientale" si è ritenuto importante inserire anche alcune esperienze relative al legame tra turismo, agricoltura e produzioni tipiche, in quanto queste tematiche e le "confluenze nord-ovest", riguardanti le aree fluviali, sono da tempo care agli attori e alle Amministrazioni del territorio in vista della definizione di un prodotto turistico unitario e condiviso.

In questo senso, infatti all'interno dei P.T.I., si dedicherà particolare attenzione agli interventi che riguardano questi temi, non tanto intesi a livello di progettualità di singoli soggetti, quanto piuttosto facenti parte di un sistema di azioni condivise sia a livello locale sia di territorio più generale.

Inoltre, il territorio canavesano risulta essere abbastanza "frizzante" su questo filone: il progetto "confluenze nord-ovest" recentemente avviato dall'ATL3 e dal Parco del Po infatti, attraverso la tutela, la valorizzazione e la promozione degli ambiti fluviali, è indirizzato a conferire all'area canavesana (e non solo) una *marca territoriale turistica* legata a elementi culturali e a forti connotazioni ambientali.

In relazione a questa tematica sono comunque da segnalare alcune riflessioni specifiche e essenziali per poter avviare ipotesi turistiche ad ampio raggio:

- creazione di una rete di progettualità e di iniziative che coinvolgano il **Fiume nella totalità del suo sviluppo**, sia in relazione al suo sviluppo fisico, sia contestualmente al recupero delle tradizioni degli affluenti;
- elaborazione dei **progetti per i P.T.I.** che devono porsi come obiettivo lo sviluppo di linee guida già consolidate nel tempo e condivise a livello non tanto di singola Amministrazione, quanto ad una scala più generale da i diversi attori di tutto il territorio coinvolto.

Al di là degli aspetti che riguardano il contesto più strettamente fluviale, il tema dell'acqua, bene prezioso, ma la cui disponibilità appare sempre più incerta, riveste, una particolare importanza, non solo per l'agricoltura.



Per quanto riguarda il tema più vasto e complesso dello sviluppo in chiave territoriale del Canavese (da cui in particolare turismo, agricoltura e turismo rurale, uso del suolo e del paesaggio non possono prescindere) la lettura dei dati del territorio evidenzia in Canavese:

- un'area di pianura agricola tradizionale ("agroindustriale nord" secondo la classificazione IRES) che, nonostante l'urbanizzazione crescente rappresenta ancora più del 60% della superficie territoriale con attività

## Piano Strategico del Canavese

- agricole e zootecniche a forte specializzazione (in particolare maidicoltura). La maglia strutturale è buona. L'impatto ambientale (in particolare per quanto riguarda il consumo della risorsa idrica) è da tenere sotto controllo, ma le produzioni cerealicole esprimono qui ottime potenzialità produttive, che si manterranno elevate fintanto che il prezzo mondiale dei cereali si manterrà ai livelli attuali. In prospettiva occorrerà pensare a forme di riqualificazione (trasformazione in farine, uso della biomassa di scarto per produzione di bioenergie a scala aziendale o a gruppi di aziende..) e ad una sempre migliore gestione della risorsa idrica;
- una collina residenziale industriale costituita da aree di natura semi urbana e con insediamenti crescenti, con un'agricoltura collinare rappresentata dalla presenza di piccole aziende e orientamenti produttivi più variegati rispetto alla pianura, in particolare la viticoltura di pregio, che può costituire la risorsa agricola "chiave" su cui puntare ed attorno a cui costruire forme di fruizione ed uso del suolo meno impattanti del puro utilizzo residenziale. Si tratta infatti di aree con interessantissime potenzialità turistiche - siamo all'interno del magnifico anfiteatro morenico di Ivrea - verso forme di turismo sostenibile (escursionismo, turismo rurale, culturale, enogastronomico). Anche in queste aree occorre tenere in conto i rischi ambientali legati al dissesto idrogeologico, che nelle aree collinari è particolarmente fuori controllo;
  - una montagna multifunzionale con connotazioni residenziali industriali nei fondo valle con un ruolo importante giocato da zootecnia, alpeggi, foreste (la castanicoltura è il 40% dell'intera provincia) e turismo rurale (agriturismi, prodotti tipici).

### Linee strategiche:

<b>linea strategica 1</b>	
<i>Integrazione turistica tra pianura e montagna</i>	
<p>– Miglioramento dell'integrazione agricola e turistica tra pianura e montagna. In particolare Ivrea, da un lato, le cittadine dei castelli, dall'altro, debbono divenire un "palcoscenico" che valorizzi i prodotti e i servizi, in chiave multifunzionale, che il territorio collinare e montano può offrire.</p> <p>I prodotti agricoli locali e tipici, il turismo sostenibile, la produzione di bioenergie possono giocare infatti un proprio ruolo a favore del Canavese solo all'interno di un quadro di ritrovata sinergia tra aree urbane e aree rurali.</p> <p>Le Comunità Montane e Collinari e il Gruppo di azione locale del Canavese saranno interlocutori importanti nella migliore articolazione di questa linea strategica.</p> <p>Da questa linea strategica derivano 2 aree di progetto, come illustrato di seguito.</p>	
<b>linea strategica 2</b>	
<i>Un progetto per l'agricoltura cerealicola e zootecnica tradizionale per l'area agroindustriale nord di pianura.</i>	
<p>– Qualificazione dei prodotti maidicoli sia in chiave ambientale (risparmio idrico, riduzione input chimici..), sia in chiave enogastronomica (trasformati di mais), sia in chiave energetica (utilizzo delle biomasse di scarto per produzione di calore o di energia a scala aziendale o di piccoli gruppi di aziende agricole).</p> <p>– Qualificazione della produzione di latte verso la caseificazione (prodotti locali freschi o stagionati), anche facendo ricorso ad accordi di filiera.</p> <p>– Piano per il risparmio idrico e per l'approvvigionamento idrico in condizioni di deficit in collaborazione con i consorzi irrigui esistenti.</p>	

**linea strategica 3**



*Potenziamento delle “multifunzioni” economico ambientali in montagna e in collina e loro raccordo con la pianura*

- Sostegno ai già esistenti progetti e circuiti di turismo rurale-agrituristico escursionistico ed enogastronomico che si stanno costruendo intorno all’Alta Via dell’Anfiteatro Morenico del Canavese.
- Creazione di collegamenti tra Confluenze Nord Ovest e gli itinerari turistici della collina e della montagna.
- Potenziamento dell’offerta di prodotti a marchio (tipici, biologici) attraverso azioni di recupero e promozione (attraverso il progetto già esistente “Paniere dei prodotti tipici della provincia di Torino” e attraverso le azioni del Distretto nord dei vini).
- Potenziamento della visibilità dei prodotti locali e tipici attraverso il sostegno alla ristorazione tipica Canavesana e all’apertura o riqualificazione di punti vendita a Ivrea o nei principali insediamenti di fondovalle o di pianura (Cuorné, Rivarolo..).
- Costruzione di accordi filiera con la Grande distribuzione organizzata per la commercializzazione dei prodotti tipici Canavesani.
- Potenziamento delle occasioni di fiera e mercato dedicate all’enogastronomia di qualità nei centri principali (Ivrea, Cuorné, Rivarolo, Caluso, sede dell’Enoteca Regionale..) e nei centri minori con qualificata presenza rurale.
- Riqualificazione del paesaggio rurale anche attraverso il recupero di elementi architettonici (Carema).
- Costruzione di una filiera forestale Canavesana - Valli di Lanzo (con particolare riferimento al castagno, specie a triplice attitudine) per la produzione di legname da opera, anche a marchio d’origine, per la produzione di energia e finalizzata anche al mantenimento degli assetti idrogeologici ed alla fruizione turistica.

### 2.3 RESIDENZE SABAUDE, ANFITEATRO MORENICO: CULTURA E TURISMO VERSO UN ORIZZONTE PIÙ VASTO

Nel Piano Strategico del Turismo Provinciale<sup>1</sup> si indica per il Canavese una “scommessa” culturale, intesa sia come valorizzazione delle emergenze storico – architettoniche, sia come strutturazione e comunicazione del patrimonio appartenente ad un sistema o “distretto” culturale.

In questo senso si ragiona in un’ottica di medio termine che, senza trascurare le opportunità ed i progetti in corso o cantierabili su orizzonte breve, ha come fine quello di identificare le componenti strutturali più profonde e sviluppare attorno ad esse le iniziative e le politiche da implementare concretamente, attraverso l’apporto di soggetti diversi e di diversificati strumenti finanziari.

Contestualmente a queste premesse si sono identificati alcuni *land mark* e nod strategici già strutturati o parzialmente definiti in territorio canavesano intorno ai quali sviluppare le ipotesi di posizionamento dell’offerta culturale.

È, tuttavia, essenziale che il “sistema cultura” si sviluppi e mantenga il legame con altri diversi aspetti come la ricettività, l’enogastronomia, i beni ambientali che, in modo diverso, si dirigono nell’ottica di contribuire e migliorare la qualità dell’area definendo un’offerta dal carattere più strutturato e multidisciplinare.

Si sono così esplicitate alcune riflessioni che, da un lato, sviluppano aspetti precedentemente trattati e, dall’altro, si configurano come *step* successivi alle considerazioni fatte all’interno della “**Bozza verso il Piano Strategico del Canavese**”<sup>2</sup>:

- valorizzazione e sviluppo delle risorse culturali canavesane intese come **sistema** da promuovere, sia in relazione a circuiti paralleli (in altre aree del Piemonte o in zone limitrofe) sia contestualmente a itinerari ad ampio raggio. A questo proposito, sono stati portati alcuni esempi: Circuito delle Residenze Sabaude (*modello a raggera* con Torino e *a circuito* con il patrimonio canavesano); FAI che, seppur vantando in zona solamente il Castello di Masino, è portatore di un’immagine coordinata ed è caratterizzato da animazione locale, eventi e manifestazioni; *Città di Charme* e MAAM (Museo a Cielo Aperto dell’Architettura Moderna di Ivrea) per Ivrea.

<sup>1</sup> CENTRO RICERCA ASK – BOCCONI PER PROVINCIA DI TORINO, Piano Strategico del Turismo Provinciale, maggio 2007.

<sup>2</sup> CONSORZIO PER IL DISTRETTO TECNOLOGICO DEL CANAVESE, Bozza verso il Piano Strategico del Canavese, settembre 2006.

## Piano Strategico del Canavese

Anche la promozione andrà strutturata attraverso soluzioni in cui le diverse tipologie di risorse vengono comunicate in modo coordinato e unitario.


- possibile definizione di un **distretto culturale** - incentrato su Castello di Aglìe, Castello di Masino e residenze castellari private (Torre Canavese, Mazzè, ecc.), ovvero, secondo una interpretazione più modernizzante, sul MAAM eporediese unito all'orientalistica delle lacche giapponesi e a un rinnovato legame territoriale dell'Archivio del Cinema Industriale<sup>3</sup> da sviluppare come elemento trainante del sistema. Ciascun nodo della corona del Distretto potrebbe interagire con gli altri beni culturali della rete e con il sistema commerciale e ricettivo creando una continuità simbolica e spaziale;
- individuazione in fase di *start up* di **itinerari e sentieri turistico/culturali "minori"** che, definiti concettualmente e fisicamente sul territorio, trovano negli operatori locali una immediata possibilità di verifica riguardo a fruibilità e a utilizzo di servizi complementari;
- miglioramento dell'accesso e dell'uso della cultura attraverso il potenziamento dell'accessibilità e il miglioramento della ricettività basata su nuove giovani figure formate *ad hoc* da attori degli territorio;
- tutela e valorizzazione delle specifiche aree territoriali sia in senso culturale che architettonico per veicolare l'eredità storica, culturale e urbana. Si porta qui il caso della Città Olivettiana di Ivrea che, benché inserita all'interno del circuito MAAM attrae ad oggi solo un'utenza di nicchia rispetto alle potenzialità che potrebbe assumere anche solo a livello nazionale;
- creazione di un'immagine coordinata alla quale affiancare la comunicazione di eventi e manifestazioni selezionati coerentemente con la vocazione culturale e con l'offerta turistica strutturata.


---


<sup>3</sup> È stato segnalato, in proposito, l'opportunità di immaginare per questo Centro un collegamento con il cinema industriale giapponese ed asiatico in genere. In tal modo si darebbe un certo corpo alla vocazione orientalistica del Canavese, nell'ottica di un discorso complessivo di arte – design – cinema a declinazione industriale.


## Piano Strategico del Canavese

*Linee strategiche:*

<b>linea strategica 1</b>	
<i>Potenziamento Circuiti e beni culturali</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– Creazione di concrete possibilità di integrazione tra il Canavese ed i suoi castelli ed i circuiti sabaudi; definizione di trasporti adeguati, non solo fissi ma anche a domanda; rafforzamento degli operatori in grado di gestire l'incoming dell'area.</li><li>– Valorizzazione delle strutture di ospitalità esistenti attorno ai laghi ed alla collina come trampolino per percorsi veloci (1 giornata max) di conoscenza storico – ambientale.</li><li>– Definizione di una intesa quadro sul territorio simile a quella nata nell'area sud ovest della Provincia attorno all'idea di Terre dei Savoia, quale premessa per una promozione coerente ed inserita nelle logiche metropolitane.</li></ul>	

<b>linea strategica 2</b>	
<i>Valorizzazione Distretto Culturale, architettura urbana, paesaggi</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– Rafforzamento di Ivrea nel panorama nord occidentale dei centri dell'arte contemporanea attraverso la valorizzazione del MAAM, la definizione di eventi culturali ed esposizioni temporanee a cielo aperto, una intesa con i vicini centri biellesi dell'arte contemporanea.</li><li>– Ripresa della prospettiva del Parco Culturale del Canavese, costruzione delle premesse per un circuito teatrale e lirico di livello.</li><li>– Interazione con le opportunità offerte dalla cosiddetta "Land Art" in sintonia con un paesaggio potenzialmente molto ricettivo e con le esigenze di qualificazione culturale dei possibili interventi improntati all'edutainment ed ai parchi tematici.</li></ul>	

<b>linea strategica 3</b>	
<i>Qualificazione ricettività</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– Come per i paragrafi precedenti vale la regola della qualificazione del prodotto e del progressivo aumento di una offerta qualitativamente adeguata.</li><li>– Recupero di alcune ville, magioni, castellari da adibire ad albergo di charme.</li></ul>	

<b>linea strategica 4</b>	
<i>Tutela e valorizzazione di aree territoriali e urbane</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– Superamento di una concezione troppo specialistica del MAAM, attraverso la nascita di eventi ed opportunità attorno ad esso.</li><li>– Identificazione della singolarità urbana ed architettonica dei singoli siti, anche industriali, rispetto al contesto urbano ordinario e loro valorizzazione.</li><li>– Sperimentazione di forme nuove di presentazione, tramite il legame con il design, con una visione meno tradizionale della gastronomia locale, le performance artistiche. Si segnala, in proposito, un’iniziativa per la valorizzazione del Canavese, come laboratorio di sperimentazione culturale “interdisciplinare”, volta a rafforzare la promozione del turismo eno-gastronomico di eccellenza: un concorso intitolato “Four Seasons of Food Design – Il Canavese in Tavola con il Design”.</li></ul>	