

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX	viii
LISTE DES FIGURES	ix
LISTE DES ABRÉVIATIONS	x
INTRODUCTION	1
1. OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE	2
1.1 Objectifs généraux	2
1.2 Problématique	2
1.3 Démarche	3
2. REVUE LITTÉRAIRE	4
2.1 Développement régional	4
2.1.1 Développement économique	4
2.1.2 Développement durable	5
2.1.3 Agenda 2030	6
2.2 Tourisme et économie : un lien indissoluble	7
2.2.1 Évolution technologique et digitalisation	9
2.2.2 Importance économique du tourisme	11
2.2.3 Effets économiques	13
2.2.4 Bénéfices	14
2.2.5 Coûts	15
2.3 Enjeux stratégiques	15
2.3.1 Marketing touristique	16
2.3.2 Intégration du tourisme	19
2.3.3 Société	21
2.3.4 La méthode participative	22
2.3.5 Culture	24
3. PRÉSENTATION DE LA VALLE DI BLENIO	25
3.1 Histoire économique : 1900 – aujourd’hui	26
3.1.1 Cima Norma	28
3.1.2 Ligne ferroviaire Biasca-Acquarossa	29
3.1.3 Centre thermal Acquarossa	31
3.1.4 L’hôpital de Acquarossa	33
3.1.5 Tourisme sportif d’hiver	34
3.2 Contexte économique actuel	38
3.3 Offre touristique actuelle	42

3.3.1 Regard sur le tourisme bleniese par Luca Bianchetti, maire de Serravalle et président du conseil d'administration de la OTR-BAT	47
4. ENQUÊTE.....	52
4.1 Méthodologie	52
4.2 Analyse	53
4.3 Tableau récapitulatif	59
5. PROJETS DE LA VALLE DI BLENIO	61
5.1 Projets passés	61
5.1.1 Terme di Acquarossa	62
5.1.2 Nara 2000	67
5.1.3 ParcAdula	70
5.2 Projets prévus	74
5.2.1 Centre Nordique Campra	75
5.2.2 Polisport Olivone	78
5.2.3 Observatoire Gorda.....	80
5.2.4 Vélo Tout Terrain	84
5.2.5 Blenio Viva	89
6. ANALYSE DE LA VALLE DI BLENIO.....	93
6.1 Analyse SWOT.....	93
6.2 Analyse TOWS.....	98
6.3 Analyse PESTEL.....	101
7. BENCHMARKING.....	106
7.1 Diemtigtal.....	106
7.1.1 Stratégie touristique	107
7.1.2 Liens avec la Valle di Blenio	109
7.2 Ovronnaz	110
7.2.1 Stratégie touristique	111
7.2.2 Liens avec la Valle di Blenio	112
8. CONCLUSIONS.....	115
9. RÉFÉRENCES.....	119
10. ANNEXES	128
Annexe I : Diagramme de Gantt concernant la planification du travail	128
ANNEXE II : Guide d'entretien	129
ANNEXE III : Décharge	130
ANNEXE IV : Agenda 2030	131
ANNEXE V : Fiche technique – Centre Nordique de Campra.....	132
ANNEXE VI : Fiche technique – Centre Polisport.....	133
ANNEXE VII : Fiche technique – Observatoire de Gorda	134

ANNEXE VIII : Fiche technique – VTT en Valle di Blenio	135
ANNEXE IX : Fiche technique – Blenio Viva	136
ANNEXE X : Fiche technique – Agriculture et tourisme.....	137
ANNEXE XI : Fiche technique – Tourisme sportif d'hiver	138
ANNEXE XII : Fiche technique – Marque unique pour la Valle di Blenio	139
ANNEXE XIII : Fiche technique – Désaisonnalisation de la station du Nara.....	140
ANNEXE XIV : Fiche technique – Tourisme culturel.....	141
ANNEXE XV : Entretien avec Claudia Boschetti Straub, maire de Blenio.....	142
ANNEXE XVI : Entretien avec Gianni Martinelli, agriculteur	148
ANNEXE XVII : Entretien avec Alessia Baroni, responsable de l'application Blenio Viva .	153
ANNEXE XVIII : Entretien avec Cristian Scapozza, commissaire du « Museo storico etnografico della Valle di Blenio »	156
ANNEXE XIX : Entretien avec Luca Bianchetti, maire de Serravalle	162
ANNEXE XX : Entretien avec Nicola Solari, directeur de l'École Suisse de Ski Blenio	165
ANNEXE XXI : Entretien avec Ivo Gianora, ancien maire de Acquarossa	167
ANNEXE XXII : Entretien avec Odis Barbara De Leoni, maire de Acquarossa.....	175
ANNEXE XXIII : Entretien avec Piero Martinoli, promoteur du projet « Observatoire de Gorda »	181
ANNEXE XXIV : Entretien avec Tarcisio Cima, ancien responsable de l'Office cantonal des régions de montagne	188
ANNEXE XXV : Entretien avec Walter Gianora, ancien président du Grand Conseil du Tessin	195
ANNEXE XXVI : Entretien avec Tommaso Fiorini, architecte et auteur de la thèse sur les thermes d'Acquarossa	198
ANNEXE XXVII : Entretien avec Gianluca Lepori, ancien directeur du Nara et actuel directeur de <i>Ovronnaz Tourisme</i>	201
ANNEXE XXVIII : Entretien avec Norbert Schmid, responsable de l'office « Naturpark Diemtigtal »	225
ANNEXE XXIX : Enquête qualitative : répondant 1	234
ANNEXE XXX : Enquête qualitative : répondant 2	236
ANNEXE XXXI : Enquête qualitative : répondant 3	238
ANNEXE XXXII : Enquête qualitative : répondant 4	241
ANNEXE XXXIII : Enquête qualitative : répondant 5	243
ANNEXE XXXIV : Enquête qualitative : répondant 6	244
ANNEXE XXXV : Enquête qualitative : répondant 7	247
ANNEXE XXXVI : Enquête qualitative : répondant 8	249
ANNEXE XXXVII : Enquête qualitative : répondant 9	251
ANNEXE XXXVIII : Enquête qualitative : répondant 10	253
ANNEXE XXXIX : Enquête qualitative : répondant 11	255

ANNEXE XXXXI : Enquête qualitative : répondant 12	258
ANNEXE XXXXII : Enquête qualitative : répondant 13	260
ANNEXE XXXXIII : Enquête qualitative : répondant 14	261
ANNEXE XXXXIV : Enquête qualitative : répondant 15.....	263
ANNEXE XXXXV : Commentaires du jury.....	267
ANNEXE XXXXVI : Formulaire « Sujet et mandat définitif du travail de Bachelor ».....	268
11. DÉCLARATION DE L'AUTEUR	270

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 :	Arrivées de touristes internationaux par (sous-)région.....	7
Tableau 2 :	Impacts du tourisme dans une région.....	14
Tableau 3 :	Total des investissements réalisés et planifiés par la municipalité de Acquarossa pour la station d'hiver Nara (2004-2025)	36
Tableau 4 :	Offre touristique, demande touristique, en fonction de l'origine des clients, et durée moyenne de séjour dans le secteur hôtelier, par région et région touristique, au Tessin, en 2016 (établissements ouverts).....	43
Tableau 5 :	Analyse synthétique de l'enquête qualitative	60
Tableau 6 :	Analyse SWOT du projet « Centre Nordique de Campra ».....	76
Tableau 7 :	Analyse SWOT du projet « Polisport »	79
Tableau 8 :	Analyse SWOT du projet « Observatoire Gorda »	82
Tableau 9 :	Analyse SWOT du projet « Vélo Tout Terrain ».....	86
Tableau 10 :	Analyse SWOT du projet « Blenio Viva ».....	90
Tableau 11 :	Analyse SWOT de la Valle di Blenio	94
Tableau 12 :	Analyse TOWS de la Valle di Blenio	98

LISTE DES FIGURES

Figure 1 :	Volume de nuitées dans la région alpine en 2010 (par type dhébergement) .	9
Figure 2 :	Évolution du concept du Pricing.....	18
Figure 3 :	Modèle vertueux du tourisme participatif	23
Figure 4 :	Évolution du chiffre d'affaires de la Cima Norma de 1913 à 1966 (en francs suisses)	29
Figure 5 :	Évolution des recettes et des dépenses de la ligne Biasca-Acquarossa (1953-1973) (en francs suisses)	30
Figure 6 :	Évolution économique de l'Hôpital Bleniese (1982 -2010)	34
Figure 7 :	Entreprises, par classe de taille (collaborateurs à plein temps).	39
Figures 8 et 9 :	Maquette du projet du centre thermal Acquarossa.....	66
Figures 10 et 11 :	Projet du Centre Nordique de Campra : évolution de la structure	75
Figure 12 :	Salaire mensuel brut standardisé dans le secteur privé au Tessin, 2014 ...	103
Figure 13 et 14 :	Diemtigtal	106
Figure 15 et 16 :	Ovronnaz.....	110

LISTE DES ABRÉVIATIONS

ATT : Agenzia Turistica Ticinese

ASCOBLE : Associazione Comuni Blenio

CISIN : Conception des installations sportives d'importance nationale

CST : Compte Satellite du Tourisme

ERS : Ente Regionale per lo Sviluppo

ERSBV : Ente Regionale per lo Sviluppo Bellinzonese e Valli

FTPL : Federazione ticinese dei produttori di latte

LIM : Loi fédérale du 21 mars 1997 sur l'aide aux investissements dans les régions de montagne

OFEV : Office fédéral de l'environnement

OTR : Organizzazione Turistica Regionale

OTR-BAT : Organizzazione Turistica Regionale Bellinzonese e Alto Ticino

PIB : Produit Intérieur Brut

PPT : Pro Poor Tourism

SDGs : Sustainable Development Goals

SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

VTT : Vélo Tout Terrain

INTRODUCTION

Dans un monde où la digitalisation et la mondialisation ont presque éliminé les distances physiques, pour les zones périphériques disposant de moins de ressources que les centres urbains, le secteur du tourisme représente une opportunité pour développer l'économie locale. En ce sens, la Valle di Blenio, une vallée alpine située au sud de la Suisse et dans laquelle ne passent ni axe ferroviaire ni axe routier, ne fait pas exception.

Ce travail est divisé en plusieurs parties, chacune avec un type d'analyse différente. Dans un premier temps (à la suite de la revue littéraire qui permet de développer les concepts de base par rapport au développement), afin de proposer une vision générale de la situation, l'auteur a procédé à une analyse économique et touristique des années 1900 à nos jours. Cette analyse approfondie est étayée par le point de vue de diverses personnalités directement impliquées. Cet aperçu comprend également une étude détaillée des principales infrastructures qui ont caractérisé le tourisme dans la vallée.

Par la suite, une enquête qualitative a été réalisée. Cette enquête a impliqué plusieurs entretiens (les maires, les opérateurs touristiques, les politiciens et également la population), afin de garantir des résultats représentatifs et cohérents avec la réalité. Grâce à cette collecte d'informations, il a été possible de réaliser une analyse complète de la Valle di Blenio (modèles SWOT, TOWS et PESTEL).

Enfin, dans le but de poursuivre la proposition de projets stratégiques visant à favoriser un développement économique, ce travail de diplôme présente deux cas de *benchmarking* (Diemtigtal et Ovronnaz). En fait, ces deux cas ont permis de donner des exemples montrant comment des problématiques similaires à celles de la *Valle del Sole* ont été résolues. Le présent travail se termine par quelques conclusions faisant état de mesures concrètes, approfondies dans les fiches techniques proposées dans les annexes.

1. OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

1.1 OBJECTIFS GENERAUX

L'objectif principal de ce travail de diplôme est de contribuer au développement économique de la Valle di Blenio par le biais du secteur du tourisme. Concrètement, ce travail fournit, en tenant compte de toutes les informations rassemblées dans les analyses effectuées (revue littéraire, histoire économique de la vallée, situation actuelle, analyse qualitative de la population, analyse générale de la vallée et Benchmarking), des possibles propositions stratégiques visant à valoriser l'aspect touristique de la région. En effet, un secteur du tourisme efficace est capable de générer des impacts économiques et des emplois importants.

Par conséquent, les conclusions de ce travail pourraient être utiles à l'OTR-BAT notamment en ce qui concerne l'adaptation de la stratégie de communication et de marketing et l'optimisation des relations avec les différentes parties prenantes. Comme résultat concret, l'OTR-BAT peut tirer parti des fiches techniques proposées dans les annexes. Ces fiches contiennent les spécificités des projets en cours et les stratégies proposées par l'auteur.

1.2 PROBLÉMATIQUE

Est-il possible de disposer d'un territoire riche en ressources naturelles et un charme unique, mais de ne pas réussir à le valoriser au mieux pour contribuer au développement économique de la région ? La réponse à cette question pourrait être affirmative si le cas analysé est celui de la Valle di Blenio.

En effet, dans un monde globalisé, le tourisme représente une réelle opportunité de développement économique pour les régions rurales et moins riches des grands centres, afin d'améliorer la qualité de vie de la population locale. Malgré cela, créer une stratégie touristique capable de générer des impacts économiques importants en respectant le territoire, la société et la culture locale implique une réflexion et une planification minutieuses.

Actuellement, la Valle di Blenio offre un tourisme relativement modeste ; les possibilités d'hébergement sont rares, les chiffres des nuitées sont parmi les plus bas du Tessin et la population n'est pas très active dans ce secteur. Les pouvoirs publics investissent massivement dans divers projets (tant touristiques que divers types), mais sans la participation active des habitants, le retour financier de ces investissements restera relativement faible.

La problématique liée à ce travail concerne donc la définition d'une stratégie touristique pour la Valle di Blenio susceptible d'améliorer la situation économique actuelle, sans pour autant entraîner une dégradation de l'aspect environnemental, social et culturel.

1.3 DÉMARCHE

Pour la réalisation de cet travail, l'auteur a d'abord procédé à la collecte du matériel nécessaire à la fois pour la revue littéraire et pour l'analyse de l'histoire économique de la Valle di Blenio. Cette phase de recherche, qui a duré au total trois semaines, a permis de trouver les informations nécessaires à la fois en ligne, dans divers ouvrages et auprès du mandataire de ce travail de diplôme, l'OTR-BAT.

Après la rédaction des deux sections (révision littéraire et histoire économique de la vallée), l'auteur a procédé à divers entretiens. Ces entretiens ont été menés avec différentes personnalités liées à la vallée (privés, hommes politiques, acteurs touristiques) afin de garantir un échantillon représentatif. Les entretiens ont été réalisés en personne ; l'auteur a également toujours effectué (en demandant l'autorisation) l'enregistrement de la conversation pour faciliter la transcription. À chaque personne interrogée l'auteur a posé cinq questions « standard » (voir annexe II - Guide d'entretien) permettant de réaliser une enquête qualitative. Afin de garantir l'objectivité de l'enquête, l'anonymat de ces cinq questions a été garanti aux personnes interrogées.

De plus, les personnalités qui ont joué ou qui jouent actuellement un rôle actif dans le tourisme de la vallée ont été consultées par rapport à plusieurs aspects, afin de recueillir des informations utiles à la rédaction de la partie consacrée à la situation touristique et économique actuelle, aux analyses des différents projets et aux analyses générales de la *Valle del Sole*.

Enfin, l'auteur de ce travail s'est rendu dans les deux régions retenues pour l'analyse *benchmarking* afin de rencontrer les responsables des organisations touristiques respectives et de mieux comprendre le contexte.

2. REVUE LITTÉRAIRE

L'objectif de cette revue littéraire est de définir les thématiques qui seront appliquées au cas de la Valle di Blenio. En outre, cette section fera le point sur l'état actuel en ce qui concerne ces questions. Les concepts de développement économique régional, le lien entre tourisme et économie et l'aspect stratégique seront approfondis. Ces aspects seront ensuite essentiels pour la formulation d'hypothèses pour une stratégie touristique qui puisse contribuer de manière importante au développement économique de la Valle di Blenio.

2.1 DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Le concept de développement régional est un processus qui comprend plusieurs aspects et disciplines :

(...) une stratégie de diversification et d'enrichissement des activités sur un territoire donné à partir de la mobilisation de ses ressources et de ses énergies s'opposant aux stratégies d'aménagement du territoire centralisées. (...) La politique du développement local implique également des stratégies de financement et de formation, et passe par la décentralisation des niveaux de décision politique, économique et financière. (...) Il s'agit de rechercher des synergies, des réseaux de services et de savoirs associés à une idée de bien-être pour la population, dans des systèmes parallèles à ceux de l'économie financière et monétaire (...). Enfin, la notion de développement local opère actuellement sa connexion entre le local et le global, entre le court et le long terme, en conjuguant l'économique et l'écologique, le social et le politique. (Françoise Plet, Jaques Lévy & Michel Lussault, 2003, pp. 9–10)

En d'autres termes, le développement local vise à générer des mouvements et des collaborations entre les différents acteurs régionaux dans le but de valoriser la société, les ressources et le territoire, en accord avec les différentes parties décisionnelles (économiques, politiques et sociales) (Houée, 1996, p. 293).

2.1.1 DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

La croissance économique consiste en une croissance financière générée par la réalisation d'objectifs de production et de consommation de plus en plus élevées. Cette croissance vise à augmenter les revenus de la population et son bien-être tangible (Bevilacqua, 2014, p. 1). L'une des principales raisons de cette croissance a été l'ouverture des frontières aux mouvements des ouvriers et des outils de production, ce qui a également entraîné un transfert général du secteur primaire vers le secteur tertiaire (Faini, 2002, p. 85).

Mais les raisons de cette croissance sont diverses. Dans son travail de recherche, Schilirò (2005, p. 3) souligne que le développement économique est « (...) un phénomène complexe dans lequel différents facteurs interagissent, certains d'entre eux difficiles à gérer et où les effets d'interaction de cet ensemble de facteurs n'est pas facile à prévoir. ». Un autre élément d'influence pour le développement économique est représenté par le contexte social, ce qui explique les différences de développement entre les pays (Callois, 2004, p. 4).

Cependant, les résultats récents montrent que les modèles macroéconomiques se sont en partie révélés erronés : les taux constants de pauvreté et les difficultés sociales chroniques montrent que le fait de considérer comme cohérent le comportement humain et comme parfaite la communication a conduit à un manque d'intégration de la croissance économique dans les sociétés. Ces effets se manifestent surtout dans les pays émergents (Furt, 2011, p. 318).

En plus des facteurs économiques, même des éléments liés à la société et à l'environnement peuvent être compromis par un développement mal planifié. Quant aux possibilités de succès d'une destination, le marketing reste primordiale ; Kotler, Bowen, & Makens (2010, p. 387), affirment qu'« une bonne planification de la destination et un marketing valide sont en mesure d'apporter dénormes sommes d'argent aux destinations touristiques.¹ ». Mais évidemment, elle ne suffit pas pour garantir le plein succès dans tous les domaines.

L'apport de la population est fondamental pour la croissance d'une région : « L'esprit d'entreprise est indispensable à la réussite du développement. (...) L'entrepreneur n'est pas seulement le chef d'entreprise, c'est aussi l'élu qui tourne le dos à une conception gestionnaire pour s'engager dans un projet de territoire. » (Violier, 2008, p. 117).

2.1.2 DÉVELOPPEMENT DURABLE

Tout type de développement, comme indiqué par Bevilacqua (2014, p. 2), a mis en évidence de nouveaux éléments sociaux (pauvreté, marginalisation), culturels (dégradation) et environnementaux. Cela est dû au changement en cours des pratiques de gestion, des technologies et la structure de la démographie, phénomènes qui créent des opportunités, mais aussi des risques (Sachs, 2015, p. 1). De plus, avec la diminution du potentiel de développement d'une région, le secteur du tourisme peut entrer en conflit avec d'autres domaines économiques : le risque de cet événement est une surexploitation des différentes ressources et la dissolution d'autres secteurs. Les mots de Furt (2011, p. 370) confirment ce fait : « (...) l'obligation de croissance économique qu'implique le système capitaliste a pour

¹ « Una felice pianificazione della destinazione e un valido marketing sono in grado di apportare alle mete turistiche ingenti quantità di denaro. » (Traduction personnelle)

corollaire une décroissance accélérée des ressources naturelles ». Les grands objectifs fixés aujourd’hui [Agenda 21, Agenda 2030] certifient les effets considérables que l’environnement, l’économie et la société ont sur le concept de développement (Kocher, 2017, p. 20).

Les experts du monde entier se sont penchés pour la première fois sur le problème depuis les années 1970 (publication du rapport Meadows), mais le problème est devenu universel après 1987 (Brundtland & al., 1987) et 1992 (Sommet de Rio de Janeiro) (Figuière, Boidin, & Diemer, 2018, p. 29). L’un des problèmes à la base du développement durable est l’augmentation disproportionnée de la démographie mondiale. Les habitants de la terre sont toujours plus nombreux et essaient d’améliorer constamment leur qualité de vie (Sachs, 2015, p. 1).

Le rapport Brundtland en particulier fournit une explication aussi simple que précise du développement durable : « Le genre humain a parfaitement les moyens d’assumer un développement durable, de répondre aux besoins du présent sans compromettre la possibilité pour les générations à venir de satisfaire les leurs. » (Brundtland & al., 1987, p. 14).

Ce grand défi mondial affecte directement les réalités locales : des éléments tels que les processus décisionnels, les stratégies de gouvernance ou la gestion des relations avec les habitants font partie intégrante du développement durable, pour trois raisons principales ; la raison *objective* (de nombreux problèmes globaux trouvent leur origine dans les réalités locales et ne peuvent être résolus que dans ce contexte), la raison *économique* (pour améliorer la compétitivité des différentes régions) et la raison *pragmatique* (une intervention locale est plus facile à mettre en œuvre par rapport à des mesures globales) (Zuindeau, 2018, p. 9). Les grandes institutions mondiales ont de plus en plus traité la question de la durabilité en se fixant des objectifs importants.

2.1.3 AGENDA 2030

Les grandes attentes du XXe siècle concernant le développement de l’humanité sont en train de prendre en compte la réalité de la dégradation de l’environnement, de la biodiversité et de l’écosystème (Queenan & al., 2017, p. 1). Ces conséquences existaient déjà dans les années 1970, mais le développement ne s’est pas arrêté et a même progressé avec une énergie et des ressources sans précédent dans l’histoire de l’humanité (Bevilacqua, 2014, p. 6).

En 2015, dans le but de planifier le développement des 15 prochaines années, les Nations Unies ont défini le programme *Agenda 2030* (Queenan & al., 2017, p. 4). Auparavant, cette même organisation avait défini l’*Agenda 21*, pour donner suite aux conventions de Rio de Janeiro de 1992 (Figuière & al., 2018, p. 29). Le programme d’action de l’*Agenda 2030* comprend 17 objectifs globaux (SDGs) et 169 propositions, qui ont ensuite été complétés en

2016 par plusieurs indicateurs numériques (Colglazier, 2015, p. 1). La liste des objectifs susmentionnés est proposée à l'annexe IV du présent travail de recherche. L'engagement de la Confédération suisse à atteindre les objectifs de l'*Agenda 2030* s'étend à la fois en interne (cantons, communes) et en externe (relations internationales) et sur plusieurs fronts (économie, société, science) (« La Confédération s'engage », 2018).

Pour atteindre ces objectifs, il est nécessaire de changer la façon de coopérer à l'échelle mondiale (Queenan & al., 2017, p. 4). La contribution de la population locale joue également un rôle important : « La participation citoyenne à l'élaboration et à la mise en place de projets est devenue par ailleurs l'un des objectifs du développement durable. » (Crozat & Alves, 2018, p. 161).

2.2 TOURISME ET ÉCONOMIE : UN LIEN INDISSOLUBLE

Initialement réservé aux couches économiques les plus aisées, le phénomène du tourisme concerne aujourd'hui la majorité de la société humaine (Bounabe, 2002, p. 10). Des éléments tels que la baisse des prix, l'évolution en termes de rapidité et de confort des moyens de transport et l'introduction de congés payés dans les contrats de travail ont contribué à l'expansion du désir de voyager dans le monde (Atzeni, Del Chiappa Giacomo, & Melis, 2018, p. 4) : « [le tourisme] Il s'agit d'un secteur de l'économie en pleine croissance et dont l'évolution à long terme est très prometteuse » (Frochot & Legohérel, 2018, p. 1)

Tableau 1 Arrivées de touristes internationaux par (sous-)région

	Arrivées de touristes internationaux (millions)							Part de marché (%)
	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017*	2017*
Monde	531	680	809	952	1.195	1.240	1.326	100
Économies avancées ¹	342	430	469	515	655	686	730	55
Économies émergentes ¹	189	250	339	437	540	554	597	45
Par régions de l'OMT :								
Europe	308,5	392,9	452,7	487,7	605,1	619,5	671,7	51
Europe du Nord	36,4	44,8	54,7	56,6	69,8	73,8	77,8	6
Europe occidentale	112,2	139,7	141,7	154,4	181,5	181,6	192,7	15
Europe centr./orient.	58,9	69,6	95,3	98,6	122,4	127,1	133,7	10
Eur. du Sud/méditerr.	100,9	139,0	161,1	178,1	231,4	237,1	267,4	20
- desquels UE-28	271,0	336,8	367,5	383,0	478,6	500,4	538,7	41
Asie et Pacifique	82,0	110,4	154,1	208,2	284,1	306,0	323,1	24
Asie du Nord-Est	41,2	58,4	85,9	111,5	142,1	154,3	159,5	12
Asie du Sud-Est	28,5	36,3	49,0	70,5	104,2	110,8	120,4	9
Océanie	8,1	9,6	10,9	11,5	14,3	15,7	16,6	1
Asie du Sud	4,2	6,1	8,3	14,7	23,5	25,2	26,6	2
Amériques	108,9	128,2	133,3	150,4	194,1	201,3	210,9	16
Amérique du Nord	80,5	91,5	89,9	99,5	127,8	131,5	137,0	10
Caraïbes	14,0	17,1	18,8	19,5	24,1	25,2	26,0	2

Amérique centrale	2,6	4,3	6,3	7,8	10,2	10,7	11,2	1
Amérique du Sud	11,7	15,3	18,3	23,6	31,9	33,9	36,7	3
Afrique	18,7	26,2	34,8	50,4	53,6	57,7	62,7	5
Afrique du Nord	7,3	10,2	13,9	19,7	18,0	18,9	21,7	2
Afrique subsaharienne	11,5	16,0	20,9	30,7	35,6	38,9	41,0	3
Moyen-Orient	12,7	22,4	33,7	55,4	58,1	55,6	58,1	4

* = Chiffres ou données provisoires

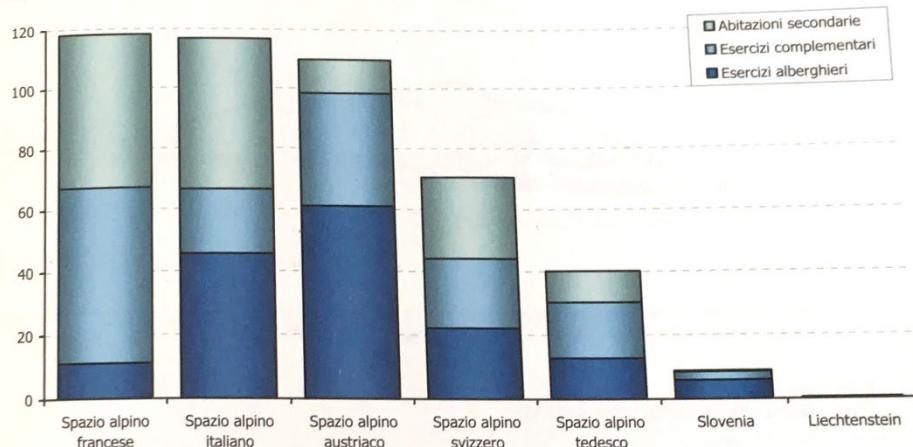
¹ Classification d'après le Fonds monétaire international (FMI)

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), s. d.

Le tableau ci-dessus expose l'évolution des arrivées de touristes internationaux dans les différentes régions du monde. Sans exception, toutes les régions du monde ont connu une hausse constante au cours des 22 dernières années. Au niveau continental, la plus forte croissance a été enregistrée en Europe, en Asie et dans le Pacifique. En ce qui concerne les données relatives aux régions, le sud de l'Europe (Méditerranée) a enregistré une augmentation de plus de 160 millions d'arrivées internationales depuis 1995, révélant ainsi la région ayant connu la plus forte croissance. Finalement, l'évolution des économies émergentes a été plus élevée par rapport à celle des économies avancées.

Au cours des dernières décennies, le tourisme s'est développé pour devenir l'un des secteurs économiques les plus importants du monde (Crozat & Alves, 2018, p. 7). En termes de chiffres, le secteur du tourisme a généré en 2017 un chiffre d'affaires directe (sans considérer les bénéfices indirects) de 8,3 milliards de dollars (+4,6 % par rapport au 2016), ce qui correspond à 10,4 % du PIB global. En Europe, en 2018, le secteur du tourisme a contribué à plus du 5 % du PIB de l'Union européenne (Rinaldi, 2018, p. 31).

Le degré de développement atteint par une nation est un facteur d'influence pour l'expansion du secteur. Les pays très développés utilisent le secteur du tourisme comme complément à leur économie, tandis que les pays encore sous-développés investissent énormément dans l'industrie du tourisme pour augmenter leur PIB. En général, ce secteur apporte aux pays industrialisés comme aux pays émergents une richesse variant d'un dixième à la moitié des revenus totaux (Crozat & Alves, 2018, p. 11).

Figure 1 Volume de nuitées dans la région alpine en 2010 (par type dhébergement)

Source : estimations BAKBASEL ; Hunziker, 2011

La Suisse ne fait pas exception à cette tendance positive. Hunziker (2011, p. 26) analyse la période de 2000 à 2010 dans son rapport, notant qu'il y a eu une augmentation de l'économie touristique suisse, bien qu'inférieure à la moyenne des pays limitrophes. Selon le même rapport, le secteur du tourisme suisse a enregistré en 2010 une demande de 70 millions de nuitées, répartie à peu près également entre les hôtels, les installations complémentaires et les résidences secondaires. Dans le rapport 2011 de Hunziker, il a été également réalisé une analyse des différentes régions alpines. Le canton du Tessin s'est positionné de manière négative dans ce contexte, entre 2000 et 2010 il a en effet enregistré une baisse (-1,8 %) du nombre de nuitées dans les hôtels.

Selon Pierret (2015, pp. 2-5), la croissance vertigineuse de ce secteur est due principalement à 5 évolutions : l'augmentation des destinations touristiques (et la transformation stratégique du secteur qui en découle), l'ouverture du tourisme aux nouveaux marchés d'usagers (grâce à la baisse des prix), la diversification des activités annexes des visiteurs, l'accès de plus de pays aux revenus du tourisme (allocation des dépenses des compagnies aériennes, marges des voyagistes) et, enfin, à la digitalisation de ce secteur. Compte tenu de l'extrême actualité de cette dernière raison, cet travail propose un approfondissement de ce phénomène.

2.2.1 ÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE ET DIGITALISATION

Selon les auteurs Kotler, Bowen, & Makens (2010, p. 91), l'innovation digitale a une incontestable influence sur notre existence, avec des éléments tels que le Wi-Fi ou le Web, qui permettent la transmission de fichiers dans le monde entier et à moindre coût. La technologie a aujourd'hui permis que tout soit mesurable, quantifiable et transmissible pratiquement partout (Bonazzi, 2014, pp. 9-10). Différents changements ont radicalement transformé la vie des gens et, par conséquent, leur relation avec le tourisme. Tout d'abord, le

développement continu du transport de personnes, qui a caractérisé l'histoire récente et a donné lieu à la modernisation de la société (Bauman, 2017, p. 9).

L'évolution des moyens de transport est également étroitement liée au phénomène des nouvelles technologies de la communication (Nuvolati, 2007, p. 3). Voyager en avion est devenu moins cher, permettant à quiconque dans les pays du Nord de voyager n'importe où dans le monde (Valayer, 1993, p. 9). La renonciation à rendre ce type de transport un secteur réservé uniquement aux classes sociales plus riches et le phénomène *low cost* représentent un impact important sur la quantité d'afflux de touristes (Violier, 2016, p. 9).

Sur le plan économique, l'avènement de la technologie digitale a révolutionné la gestion des entreprises et des processus de travail (Lattari, Spanu, & Vitiello, 2018, p. 15). Les nouvelles technologies ont changé la manière de collaborer avec les partenaires et les clients : la rapidité est devenue nécessaire dans tous les processus (Coutanceau & Bennegadi, 2016, p. 4). La digitalisation a contribué à la croissance du secteur tertiaire : au cours des 30 dernières années, ce secteur s'est établi comme le plus important, dépassant même le secteur secondaire en termes d'emplois et de valorisation (Braibant, 2015, p. 14 ; Cipriani, Gramolati, & Mari, 2018, p. 252). Parallèlement à l'évolution des professions tertiaires, les cas d'épuisement professionnel (*burn-out*) sont devenus plus fréquents depuis les années 1970 (Coutanceau & Bennegadi, 2016, p. 19), en ouvrant les portes de ce secteur aux experts de la santé pour qu'ils se penchent sur le problème : « (...) le secteur tertiaire fait également partie intégrante des questions de protection de la santé et de la sécurité des travailleurs. » (Saggino & al., 2015, p. 7).

La motivation des touristes pour entreprendre un voyage réside aujourd'hui principalement dans le désir de se déconnecter momentanément de la routine quotidienne pour profiter de jours de détente absolue, vivre de nouvelles expériences et découvrir de nouveaux lieux (Réau & Poupeau, 2007, p. 7) ; « Il existe un lien étroit entre le phénomène du tourisme et le désir d'être heureux, qui semble prendre de plus en plus d'importance dans notre contexte socioculturel.² » (Corvo, 2007, p. 10). Le besoin de moments de liberté ne cesse de croître et joue un rôle important au niveau économique et social. Le tourisme doit pouvoir satisfaire ce désir (Foglio, 2015, p. 26 ; Valayer, 1993, p. 9).

Au niveau touristique, les nouvelles technologies ont modifié les habitudes des opérateurs du secteur et de leurs clients (les touristes) (Paquerot, Queffelec, Sueur, & Biot-Paquerot, 2011, p. 280 ; Pencarelli, Cioppi, & Forlani, 2015, p. 1 ; Violier, 2016, p. 1). Tout d'abord, la

² « Vi è uno stretto legame tra il fenomeno turistico e il desiderio di essere felici, che sembra assumere un rilievo sempre maggiore nel nostro contesto socioculturale. » (Traduction personnelle)

phase qui précède l'organisation effective du voyage a subi des changements importants. Concernant la promotion, les consommateurs préfèrent de nos jours les réseaux sociaux comme moyens de communication, qui leur permettent d'interagir activement. De plus, même en ce qui concerne la recherche d'informations, Internet est maintenant devenu une habitude consolidée (Kotler & al., 2010, pp. 154,163).

Le processus d'organisation d'un voyage a été extrêmement simplifié. En fait, le Web a rendu ce processus personnel, et les touristes eux-mêmes peuvent s'occuper de la gestion de leur voyage au détriment du travail offert par les opérateurs du secteur (Violier, 2016, p. 10). Pour cette raison, les agences de voyages sont aujourd'hui confrontées à des défis importants en termes de concurrence, de communication et de révision des services offerts (Foglio, 2015, p. 160). Le Web a également facilité la communication et la recherche d'informations (Kotler & al., 2010, p. 91).

Les exigences des consommateurs sont toujours plus élevées : « Le ciel du pays où il se rend n'est pas toujours aussi bleu que sur les dépliants, les filles ne sont pas aussi jolies ni aussi disponibles » (Valayer, 1993, p. 10) et les conséquences d'une erreur sont majeures dues au phénomène de l'e-réputation (Paquerot & al., 2011, p. 281).

Finalement, l'évolution technologique constante a amené à l'expansion d'éléments tels que la globalisation et la consommation (Yeates, 2004, p. 14). La première a conduit à un mélange général des cultures du monde, de la gastronomie à l'habillement (Helly, 2000, p. 31). La seconde a conduit au consumérisme, c'est-à-dire le désir incontrôlé des gens d'acheter, utiliser et jeter dans la poubelle dans des tranches de temps toujours plus petites (Arcidiacono, 2008, p. 178), ce qui cause des problèmes évidents à l'environnement (Quarta, 2006, p. 80).

2.2.2 IMPORTANCE ÉCONOMIQUE DU TOURISME

Selon Violier (Violier, 2008, p. 32), la contribution du tourisme à l'économie est claire et tangible : « Le tourisme dispose en effet d'un pouvoir intégrateur important : des régions autrefois pauvres, dépeuplées, inconnues et en marge du territoire sont devenues parmi les plus riches. ». Le tourisme est un puissant moteur de progrès économique et social, en particulier pour les pays en développement (Furt, 2011, p. 322).

Pour comprendre si le secteur du tourisme nécessite des corrections ou des investissements pour devenir le moteur du développement local, il est nécessaire de pondérer le poids du tourisme dans l'économie locale. Cette évaluation implique une complexité considérable. Ne tenir compte que des données concernant les arrivées internationales de touristes ne permet pas une pondération économique correcte (Petit, 2018, p. 11). En effet,

comme le montre Violier (2008, p. 29) dans son ouvrage, les effets du tourisme ne sont pas tangibles à niveau comptable pour deux raisons : la première, parce que de nombreuses recettes touristiques sont collectées dans d'autres secteurs, et la seconde parce que d'autres domaines ne sont même pas considérés (par exemple, le secteur hôtelier).

Selon Kumar & Hussain (2014, pp. 361-363), il existe des différences considérables entre les divers modèles de mesure des impacts du tourisme en ce qui concerne des éléments tels que la précision ou la complexité de la mesure. Les mêmes auteurs définissent six anciennes procédures d'évaluation :

- *IO-models* (analyse du lien entre les différentes industries d'un secteur économique)
- *Keynesian models* (mesure de la consommation supplémentaire de la population de la destination touristique due aux revenus du tourisme)
- *Export base models* (mesure des produits fabriqués par les industries d'exportation et les industries produisant des biens pour la région)
- *CGE models* (modèle de mesure prenant en compte des éléments tels que le taux d'inflation, l'augmentation du taux d'imposition, etc.).
- *Ad hoc models* (mesure de tous les secteurs impliqués dans le tourisme)
- *Money generation model* (estimation de la consommation de visiteurs dans une région)

Pour surmonter ces différences de calcul ont été créés des comptes spéciaux appelés *Comptes satellites du Tourisme* (CST). Dans l'année 2000, d'importantes institutions mondiales, notamment les Nations Unies, ont défini une norme universelle pour l'utilisation de ces comptes. Cependant, l'utilisation de ce système reste difficile à appliquer pour les pays qui ne disposent toujours pas d'un système de comptabilité efficace (Caire & Masne, 2007, p. 4). L'objectif de ces comptes est de déterminer le pourcentage de chaque branche économique due au secteur du tourisme :

Le CST est conçu et développé pour assurer une harmonisation internationale des statistiques du tourisme nécessaires pour améliorer la mesure des activités touristiques et de leurs impacts. Les statistiques fournies par la CST peuvent mesurer l'ampleur du tourisme d'une nation en termes de production, de dépenses et d'emploi.³ (Chou & Huang, 2016, p. 1)

Ces comptes satellites sont composés de divers agrégats, chacun mesurant un type de bénéfice sectoriel (dépenses des résidents, dépenses des visiteurs, revenus de services directement liés au tourisme, coûts de transport, etc.) (Violier, 2008, p. 29).

³ Traduction personnelle

Des éléments tels que le degré de croissance atteint, la stabilité sociopolitique et la localisation géographique (Bizzarri & Querini, 2006, p. 19) influencent l'évaluation de l'importance du secteur du tourisme dans une économie. En particulier, la situation économique et politique d'un pays reste une condition préalable fondamentale (Frochot & Legohérel, 2018, p. 1). En l'absence de l'un des deux piliers, le secteur du tourisme connaît de sérieuses difficultés : « (...) des événements tels que les manifestations de masse, l'instabilité politique, les guerres civiles et le terrorisme peuvent nuire à l'image d'une destination touristique et, par conséquent, aux flux touristiques. » (Giannasi & Zambon, s. d., p. 54).

Pour une pondération correcte et précise, il est nécessaire de tenir en compte tous les impacts générés par le tourisme. Ceux-ci peuvent être divisés en effets directs et indirects, et peuvent être de nature économique, sociale et écologique.

2.2.3 EFFETS ÉCONOMIQUES

Les impacts économiques induits par le secteur du tourisme sont indéniables : « Le tourisme est donc bien globalement créateur de richesses. » (Violier, 2008, p. 28). Les effets économiques du secteur du tourisme sont liés au nombre de visiteurs et au dynamisme du tourisme. Plus ces éléments sont élevés, plus ces effets seront importants (Furt, 2011, p. 329). Violier (2008, p. 55) affirme que le tourisme génère des secteurs économiques et redynamise les anciens domaines, auxquels il ouvre de nouveaux marchés.

Dans cette section, une analyse des bénéfices et des coûts du tourisme sera réalisée afin de comprendre les forces, les faiblesses et faciliter la prise de décisions stratégiques dans des cas pratiques. Marin (2015, p. 162) définit une série d'analyses utiles à la prise de décision en matière de stratégie touristique. Ils peuvent être réalisés individuellement ou combinés :

- *Analyse des bénéfices et des coûts*
- *Analyse de la demande*
- *Analyse financière*
- *Analyse de l'impact économique*
- *Analyse de l'impact fiscal*
- *Analyse de la faisabilité*

La documentation de référence traite principalement de cas liés à des réalités régionales et rurales, car elles se rapprochent du contexte étudié dans ce travail. Du point de vue des impacts économiques du tourisme, les contextes urbains diffèrent sur certains aspects économiques.

2.2.4 BÉNÉFICES

Marin (2015, p. 160) précise que les impacts du tourisme sont à la fois directs, mais aussi indirects :

Deux erreurs majeures ont été commises dans l'analyse de l'impact économique du tourisme en général et de lagotourisme en particulier, en ce sens qu'ils ont été analysés presque exclusivement les revenus du tourisme et la création de nouveaux emplois, en ignorant le large éventail des effets de la pratique du tourisme sur les contextes macro-économiques alternatifs.⁴

Au niveau des effets directs, le secteur du tourisme fonctionne comme tout secteur d'exportation. Les bénéfices générés par le tourisme créent de la valeur en termes d'argent (redistribué entre ménages et État) et en termes d'emplois. Les flux financiers sont ensuite réinvestis pour pousser d'autres domaines économiques (Theobald, 2012, p. 82). À bénéficier est donc l'ensemble de l'économie régionale.

Tableau 2 Impacts du tourisme dans une région

Economic benefits	Non-financial impact on quality of life	Participation and partnership
Increase the number of jobs and level salaries	It constitutes and forms capabilities	Create a more conducive frame for implementing policies that allow participation of the poor
Increase the number of opportunities for local businesses	Reduce the impact on the environment	Increase the participation degree of the poor in decision-making in public and private sectors
Leads to the appearance of providers of tourism services (of food, etc.)	It counts the problem of non competitive use of natural resources	Constitutes the partnership for the poor with the private sector
Leads to the appearance of people that sell to tourists (craftsmen, artists, guides etc.)	Improves social and cultural impact	Increase information flow and communication between shareholders
Develop the collective sources of income (through taxes, profit, dividends, donations, etc.)	Increases the level of local access to infrastructure and services offered to tourist (roads, communications, health, transports)	Puts the bases of ongoing dialogue on the future

Source : PPT Partnership. Sheet No. 2, PPT strategies, s. d.

Le tableau montre les différents avantages directs apportés par le tourisme : l'augmentation des emplois et des salaires, le développement des secteurs économiques et culturels locaux,

⁴ « There were made two big mistakes in the analyze of the economic impact of tourism, in general, and of agrotourism, in particular, in the sense that they were analyzed almost exclusively only the incomes from tourism and creating new jobs, ignoring the wide range of effects that tourism practice has on the alternative macro-economic contexts » (Traduction personnelle)

la croissance des services touristiques et l'augmentation des sources collectives de revenus. Ces éléments économiques ont également un impact positif sur la qualité de la vie et sur l'implication de la population à l'économie locale.

Une analyse de l'UNESCO a permis de comprendre que pour lutter contre la pauvreté, il est nécessaire de se concentrer spécifiquement sur les zones plus petites présentant un potentiel de croissance (Marin, 2015, p. 161). On parle donc de *Pro Poor Tourism* (PPT) (Calzati, 2016, p. 15). Ce type de conception de la croissance et de la gestion du tourisme entraîne des impacts importants sur ces régions.

L'augmentation des emplois créés par l'industrie du tourisme diminue le taux de chômage, permet le développement d'économies alternatives et stimule la consommation de la population (effets multiplicateurs). Ces éléments permettent le développement régional et l'augmentation des recettes de l'État grâce à la fiscalité (Bounabe, 2002, p. 16). De plus, les emplois créés par le tourisme sont en grande partie des professions qualifiées (hôtellerie et restauration) et contribuent à la croissance du secteur tertiaire d'une région (Ejarque, 2003, p. 84).

2.2.5 COÛTS

Comme pour les bénéfices, les coûts sont également de différents types et peuvent être classés comme directs et indirects. Directement, l'entreprise se voit obligée de payer pour l'exploitation de ses ressources et de ses facteurs de production. À cela s'ajoutent les frais de réalisation d'œuvres visant à se différencier (Theobald, 2012, p. 84).

Indirectement, les coûts du secteur du tourisme peuvent être mesurés par les coûts d'opportunité, lorsqu'il est en concurrence avec d'autres activités économiques pour l'exploitation de ressources naturelles (Bizzarri & Querini, 2006, p. 75). Finalement, un autre coût collatéral du tourisme peut être une augmentation du taux d'inflation locale, provoquée par la forte demande des touristes (Ashley & Roe, 2001, p. 38). De plus, si cette requête est très élevée, cela peut entraîner une augmentation des importations pour la satisfaire. Cette opération fait sortir de l'argent de la région (Ejarque, 2003, p. 84).

2.3 ENJEUX STRATÉGIQUES

Pour mieux définir les enjeux stratégiques touristiques visant à encourager le développement économique sans impliquer de conséquences négatives pour la population et le territoire, il est nécessaire de comprendre d'abord la notion de destination touristique. À cet égard, Ejarque (2003, p. 7) fournit une explication: « La destination touristique est un

ensemble de ressources suffisamment attractives pour amener un voyageur à faire les efforts nécessaires pour l'atteindre, avec l'ajout des services nécessaires à son séjour⁵ ».

Les territoires représentent à la fois un lieu d'arrivée pour les visiteurs et un lieu de résidence pour les habitants. En général, ils impliquent des valeurs culturelles et des coutumes de toutes sortes ; le tourisme ne fait qu'élargir et promouvoir ces éléments. Ce phénomène, à long terme, met clairement en question le niveau de sincérité d'une région (Orignet du Cluzeau, 2009, p. 17).

Les grands avantages apportés par l'afflux de visiteurs peuvent rapidement changer en désavantages pour la population et pour le territoire. Si la quantité de visiteurs devient trop élevée (tourisme de masse), les bénéfices peuvent être hauts, mais, parallèlement, les impacts négatifs augmentent (Ejarque, 2003, p. 83). Pour l'éviter, il est essentiel de définir une stratégie de développement du tourisme intégrée à l'économie régionale.

Il est important de distinguer deux types de stratégie : celle visant à promouvoir la destination touristique afin d'accroître l'afflux de visiteurs en comprenant à l'avance les exigences des consommateurs (marketing touristique) (Kotler & al., 2010, p. 6) et l'intégration touristique dans la réalité locale, en limitant les conséquences négatives.

2.3.1 MARKETING TOURISTIQUE

Le tourisme ne présente aucune différence par rapport à un autre marché : il fournit en fait des normes, une requête, une certaine disponibilité, des prix et un système de croissance et de déclin (Ejarque, 2003, p. 7). Ce marché se caractérise par une concurrence de plus en plus intense (Kotler & al., 2010, p. 147). L'évolution des moyens de transport et la mondialisation permettent aujourd'hui de mettre en compétition des destinations situées aux antipodes (Foglio, 2015, pp. 30-31). Les aspects essentiels pour tout type d'entreprise tel que le marketing, la qualité ou l'efficacité, peuvent donc également être adoptés par le secteur du tourisme, comme confirme Ejarque (2003, p. 6) : « Il n'y a pas de différences substantielles entre le processus de vente de Coca-Cola et celui d'une ville⁶ ». Le marketing touristique vise tout d'abord à rechercher les besoins et les préférences des consommateurs, afin de mieux définir les éléments liés aux

⁵ « La destinazione turistica è un insieme di risorse che hanno una capacità di attrazione sufficiente a indurre un viaggiatore a compiere gli sforzi necessari per raggiungerla, con l'aggiunta dei servizi necessari per il suo soggiorno. » (Traduction personnelle)

⁶ « Non ci sono differenze sostanziali fra il processo di vendita della Coca Cola e quello di una città. » (Traduction personnelle)

ventes tels que les prix, les caractéristiques, la promotion et la distribution. Connaître et anticiper les besoins des clients permet de se démarquer de la concurrence (Kotler & al., 2010, pp. 4-5).

Les éléments naturels ou culturels peuvent toujours représenter des éléments de distinction. Violier (2008, p. 66) explique que certaines vieilles habitudes nées au siècle dernier, telles que l'admiration de paysages naturels, les constructions en sable comme un jeu de plage ou les sports comme le ski alpin sont toujours d'actualité. Mais de nos jours, les destinations touristiques doivent avant tout pouvoir offrir un surplus aux visiteurs. En fait, plusieurs facteurs influencent les décisions des voyageurs : culture, disponibilité économique, éléments sociaux, influences dérivées du Web, famille, motivation, style de vie, etc. (Kotler & al., 2010, pp. 149-161). Aussi les émotions jouent un rôle très important. Le produit ou service offert doit en effet pouvoir susciter une certaine satisfaction émotionnelle (*bénéfice émotionnel*) (Pini, 2010, p. 17). Le même auteur soutient que « Le tourisme implique la sphère de temps libre d'une personne, de sorte que les choix effectués dans ce domaine sont caractérisés par une forte composante émotionnelle.⁷ » (2010, p. 11).

Costa (2005, p. 115) définit dans son ouvrage des tendances importantes qui influencent le marketing touristique :

- *L'esthétisation de la vie quotidienne et des voyages* (volonté de vivre des loisirs et des expériences culturels)
- *L'intellectualisation des rencontres interpersonnelles* (connaître la destination touristique à 360 degrés en participant à des événements locaux)
- *Le cosmopolitisme des expériences touristiques* (volonté de tout apprendre du lieu visité, même s'il est éloigné et marginalisé : langue, culture, etc.)
- *La désynchronisation des temps*: tendance à diviser ses vacances en plusieurs périodes plus courtes.

Auparavant, le tourisme de masse causé par la mondialisation avait uniformisé les propositions touristiques (Atzeni & al., 2018, p. 86). Une personnalisation du tourisme est en cours : aujourd'hui, ceux qui voyagent demandent aux spécialistes du secteur d'adapter le séjour en fonction de leur personnalité et non l'inverse (Costa, 2005, p. 116). Ce fait pourrait générer de grandes opportunités pour des régions qui sont aujourd'hui touristiquement moins développées.

⁷ « Il turismo coinvolge la sfera del tempo libero di una persona, per cui le scelte effettuate in quest'ambito sono caratterizzate da una forte componente emozionale. » (Traduction personnelle)

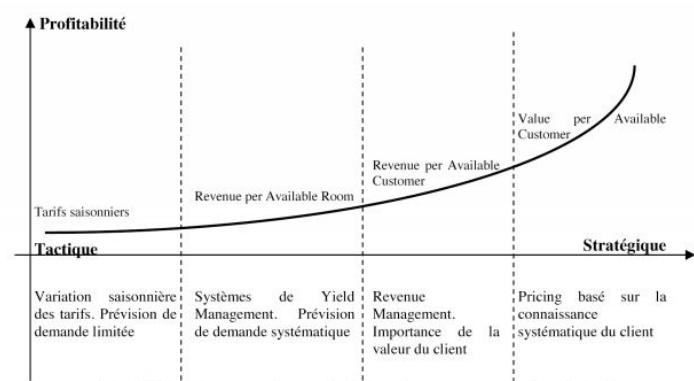
Une destination touristique doit être capable de suivre les tendances actuelles, notamment en ce qui concerne le digital :

Les sites Internet, mais aussi les cédéroms, le GPS, les espaces multimédias, les dispositifs de visites virtuelles sont en plein essor : l'offre explose, ses usages aussi ! Une veille sur ces nouveaux produits est indispensable, comme les différentes applications techniques des aides à la visite (GPS couplé au multimédia ; traduction simultanée en langues étrangères ; possibilité d'adaptation des contenus aux classes d'âge ou autres composantes de la clientèle ; adaptation aux handicaps sensoriels...). (Origet du Cluzeau, 2009, p. 66)

Enfin, les services auxiliaires jouent également un rôle clé dans la réussite d'une destination touristique, quelles que soient les préférences des visiteurs. Des services de transport efficaces et pratiques, des installations hôtelières confortables et des *installations de divertissement* (Ejarque, 2003, pp. 50–51) doivent répondre aux attentes. Dans leur ouvrage, Kotler, Bowen, & Makens (2010, p. 227) parlent en ce sens d'un produit développé. Ce concept englobe le niveau d'accès, l'environnement, l'implication du client et la relation de ce dernier avec ses pairs et avec ceux qui proposent le produit. Violier (2008, p. 95) confirme que « La connectivité du lieu est donc essentielle », mais il observe également que la marginalité d'une destination touristique n'est pas forcément un obstacle.

Les concepts de positionnement sur un marché et de différentiation sont des facteurs cruciaux. Kotler, Bowen, & Makens (2010, p. 183) affirment que le fait de pouvoir offrir de nombreux éléments attrayants permet à une station touristique de se vanter d'une certaine supériorité par rapport à la concurrence. En fait, les auteurs expliquent que l'attractivité diversifiée permet de recevoir des touristes avec des stimuli différents, en « transférant » les menaces dans plusieurs secteurs. La gestion peut être compliquée, le fait d'analyser et de comprendre les besoins des touristes devient donc fondamental. Le même ouvrage traite également de l'importance de la marque, ce qui facilite l'évaluation de la qualité et la reconnaissance de la part des clients (Kotler & al., 2010, p. 235).

Figure 2 Évolution du concept du Pricing



Source : Capiez & Poutier, 2008, p. 108, Dube & Shoemaker, 2003

Un autre aspect très important pour le succès d'une destination touristique est représenté par le *pricing*, c'est-à-dire tout ce qui concerne les stratégies de tarification à appliquer à une destination déterminée. Capiez & Poutier (2008, pp. 108-109) (Figure 2) définissent quatre phases dans l'évolution de ce concept. La première, principalement utilisée dans les années 1960, concernait les prix dans le secteur du tourisme, mais les hypothèses de demande ne permettaient pas de définir la meilleure utilisation du temps passé par les employés. Le *Yield Management* arrive dans les années 1970, ce qui a permis une prévision plus précise de la demande et une meilleure adaptation des taux à appliquer. Les auteurs expliquent comment, à partir des années 2000, les prix ont commencé à être appliqués non seulement en tenant compte de la demande estimée, mais également de la valeur du client. Aujourd'hui, expliquent Capiez & Poutier, le concept tourne autour du client, prenant en compte à la fois sa valeur et son comportement. De nos jours, concluent les deux auteurs, la notion de *pricing* doit être gérée de manière à garantir le maximum de revenus possible tout en maintenant la confiance du client. Le graphique ci-dessus montre comment l'évolution du concept de tarification au cours des dernières décennies a entraîné une augmentation considérable du chiffre d'affaires, transformant ainsi cet aspect d'un caractère tactique en un aspect stratégique, en se rapprochant de plus en plus du client.

Dans son livre, Hunziker (2011, p. 26) explique comment le fait d'être compétitifs en termes de prix est fondamental pour un pays. Ce n'est pas que le niveau des prix internes à influencer la compétitivité, mais aussi celui des pays concurrents. Pour cette raison, comme affirmé par l'auteur, les prix dans le secteur touristique sont très élastiques.

2.3.2 INTÉGRATION DU TOURISME

Le tourisme a la capacité de changer les contextes dans lesquels il est appliqué. Pour cette raison, le tourisme est souvent considéré responsable des conséquences négatives apportées par l'afflux de visiteurs, mais c'est également l'activité économique qui peut les résoudre et relancer d'autres domaines (Violier, 2008, p. 50).

En ce sens, Furt (2011, pp. 33–36) parle dans son livre de la notion de patrimoine, élément d'attraction touristique. Le patrimoine d'une région peut être valorisé pour créer une valeur économique (hôtels, restaurants, divertissements). Le même auteur se demande si, dans la planification d'un tel processus, il vaut mieux prendre en compte le contexte régional (population, territoire) ou privilégier l'aspect purement économique. Furt définit deux solutions envisageables :

- *Une stratégie Marketing : la complémentarité* (génération d'une large offre touristique basée sur la valorisation naturelle et culturelle et axée sur la participation active de la

population, sur l'affirmation d'une entité entrepreneuriale centrale et une contrepartie visant à défendre le territoire afin d'éviter la transformation de la région en un produit touristique en soi. Cette stratégie peut être en conflit avec la mentalité de la population).

- *Une stratégie administrative : la coopération* (répartition des tâches touristiques entre les différentes autorités politiques).

Finalement, selon Furt, une stratégie qui ne vise qu'à l'avantage économique à court terme ne risque que de compromettre le patrimoine, car la tendance est uniquement de l'exploiter au maximum. L'application d'une politique de conservation du patrimoine a le mérite de maintenir des collaborations, d'éviter une exploitation intensive du territoire et d'éliminer l'attitude égoïste des propriétés. Cette politique doit inclure des aspects de solidarité pour les actifs et les investissements qui font partie d'une vision globale plus large. Ces facteurs garantissent une approbation populaire générale et une efficacité des propositions de travaux.

Pour les régions rurales, l'aspect environnemental plutôt qu'un problème (voir le point 2.1.3) peut représenter une grande opportunité. La nature peut être un élément d'attraction sans égal. Cependant, pour maximiser ces ressources, il est nécessaire d'éviter la concurrence avec des régions qui disposent d'un capital important pour la promotion (Bessire, 2015, p. 18).

La réalisation d'un projet touristique doit également être précédée d'une réflexion approfondie sur le type de client auquel on souhaite s'adresser. Il est nécessaire d'identifier les clients cibles, de comprendre comment les attirer et d'adapter l'offre, cela pour obtenir un degré de satisfaction élevé (Violier, 2008, p. 154).

La Commission canadienne du tourisme (2011) propose à cet égard une séquence d'étapes à prendre en compte pour la création d'une *émotion touristique mémorable* :

1. *Connaître sa clientèle* (pour répondre à leurs exigences)
2. *Connaître sa région* (identifier les éléments qui permettent à la localité de se différencier des autres)
3. *Réfléchir aux types d'expériences qui concordent avec votre entreprise* (basées sur les résultats souhaités)
4. *Choisir un thème ou une histoire* (capable de se différencier d'autres contextes)
5. *Planifier l'expérience* (prédir délais termes et les détails)
6. *Définir le rythme par l'itinéraire* (comment faire vivre l'expérience aux visiteurs)
7. *Choisir ses partenaires et ses fournisseurs de produits et d'expériences* (en fonction des objectifs fixés)
8. *Se positionner dans le marché* (afin de rendre la phase de marketing plus efficace)
9. *Établir le prix* (en ligne avec la valeur perçue et réelle du produit offert)

10. Marketing et communication (promouvoir pour pouvoir vendre l'expérience)

11. Préparer l'équipe et mettre l'expérience à l'essai (affiner chaque aspect en testant le concept)

12. Exécuter et évaluer l'expérience (s'assurer un retour afin d'améliorer constamment)

2.3.3 SOCIÉTÉ

Une des raisons pour lesquelles une personne entreprend un voyage de vacance est, outre le fait de vouloir se déconnecter brièvement du stress au travail, de découvrir une nouvelle culture : « Le tourisme est la seule activité humaine qui rende possible le véritable face à face des hommes de différentes races, de différents modes de pensée et d'être. » (Valayer, 1993, p. 72). Selon Crozat & Alves (2018, p. 12), il n'y a pas des rôles fixes ; l'habitant peut devenir touriste et le touriste retourne à être toujours un habitant, selon quatre variables, le *rôle*, la *temporalité*, *l'espace* et *la posture*.

Dans son livre, Violier (2008, pp. 68–69) précise que la croissance touristique génère des changements sur le territoire et facilite l'arrivée de personnes extérieures à la région. Par conséquent, une partie de la population résidente critique souvent ces changements. Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce climat d'hostilité, l'une d'entre elles concerne la hausse, avec l'arrivée des touristes, des prix de l'immobilier pour les résidents, à cause des plateformes *time-share* telle que AirBnB. Ils sont également nés, notamment en Europe et grâce aux prix réduits, des tourismes liés aux loisirs extrêmes (prostitution et alcool), qui perturbent la paix publique (Crozat & Alves, 2018, pp. 26–27). Todaro (2018, p. 26), en parlant du tourisme *de borrachera* (l'ivresse), déclare que :

Toutefois, le fait nouveau et inquiétant est représenté par les énormes proportions qu'il a prises et prend ces dernières années, passant d'un phénomène isolé et limité à une extension rapide et incontrôlable aux capitales touristiques de la Méditerranée, générant un conflit social entre résidents et touristes de borrachera, avec pour conséquence une fréquence croissante de phobie du tourisme.⁸

Les phénomènes susmentionnés génèrent dans de nombreuses régions du monde une aversion pour le tourisme : « Les résidents sont conduits à une gêne constante en raison de la présence de visiteurs » (Ejarque, 2003, p. 8). En ce sens, il est important de rappeler les manifestations de Barcelone de 2017 contre le phénomène de gentrification et l'expulsion

⁸ « Il fatto nuovo e preoccupante è però rappresentato dalle enormi proporzioni che esso ha assunto e sta assumendo in questi ultimi anni, passando dall'essere un fenomeno isolato e contenuto, all'estendersi rapidamente e in maniera incontrollata alle capitali turistiche del Mediterraneo, generando una considerevole conflittualità sociale tra residenti e turisti de borrachera, con il conseguente insorgere sempre più frequente della turismofobia » (Traduction personnelle)

(directe ou indirecte) des citoyens à faible revenu de son appartement (Nofre, Giordano, Eldridge, Martins, & Sequera, 2018, p. 387).

2.3.4 LA MÉTHODE PARTICIPATIVE

Un potentiel compromis pour harmoniser les relations entre les touristes et les résidents peut être trouvé dans la méthode participative. Cette méthode consiste à impliquer activement des personnes dans un processus lié à l'entreprise (décisionnels, expansion, etc.) (Bessire, 2015, p. 3). Les avantages de cette méthode sont nombreux. Pour Furt (2011, p. 50), il existe un lien profond entre le niveau de participation des habitants et la qualité du territoire au profit des touristes qui le visitent. Crozat & Alves (2018, pp. 34–35) affirment que, des fois, ce sont les résidents eux-mêmes qui réalisent le potentiel de développement du secteur du tourisme. En fait, leur figure en profite également. Toutefois, à cet égard, l'intervention de la politique est nécessaire comme confirmé par Violier (2008, p. 99) : selon l'auteur, l'intervention du monde politique dans le développement régional est justifiée, car elle vise à réduire les inégalités et à encourager les entreprises privées.

Cette pratique a ses racines dans le passé. Au début (1600), les étrangers qui voyageaient dans une nouvelle ville étaient accueillis par les résidents. Ensuite, la volonté de rendre le tourisme un secteur d'élite a en fait diminué l'importance du rôle des ménages. Même si au début du 1990, les phénomènes tels que le *Bed&Breakfast* ou le *couchsleeping* ont redonné valeur à la position du résident dans le secteur touristique (Crozat & Alves, 2018, p. 24), aujourd'hui, cette façon de concevoir le tourisme doit faire face aux grands changements auxquels l'humanité est confrontée. Cima (2018) dans son article explique que tout est en train de changer : la vie professionnelle, les achats, la gestion temporelle, la manière de dialoguer avec les autres.

Cette méthode peut se manifester sous différentes formes et favoriser l'aspect émotionnel chez le touriste. L'un d'eux est le *social eating* (partage de la part des résidents de nourriture avec les visiteurs) :

Le tourisme alimente également le social eating, considéré comme un pont dirigé vers l'expérience authentique d'un lieu et de sa culture. La nourriture est clairement un outil qui facilite la réunion avec l'autre, agissant comme un connecteur entre tous les convives. (Bastasin, 2016, p. 54)

La participation active de la population locale n'a pas un impact positif uniquement sur la qualité de l'accueil, mais elle a également un impact bénéfique direct sur les différents projets.

Clairement, cette méthode ne peut être appliquée qu'à une condition : « Cette implication de la population réussit quand elle y voit clairement son intérêt et que le projet fonctionne sur le mode gagnant-gagnant. » (Crozat & Alves, 2018, p. 32). De plus, cette méthode doit être stimulée, car elle n'est pas appliquée spontanément par la population :

Si on souhaite inscrire l'action dans les limites administratives, alors il est nécessaire de construire le système des acteurs qui va porter le projet touristique. En effet, le sentiment d'appartenance comme la conscience de partager des intérêts communs ne sont pas innés. (Violier, 2008, p. 131)

Dans son ouvrage, Crozat (2018, p. 162) affirme que, comme dans toutes les méthodes d'implication, le niveau de participation des habitants au processus de prise de décision est influencé par plusieurs variables : le but de cette implication, le sujet couvert par le processus de prise de décision, la durée requise et les différentes ressources disponibles.

Figure 3 Modèle vertueux du tourisme participatif



Source : S. Villepontoux, - CRISES, Université Paul Valéry, Montpellier, 2013

Le modèle ci-dessus représente de manière visuelle le concept de méthode participative. Les trois parties d'intérêt et les interactions entre elles sont en fait décrites : les trois parties prenantes constituent ensemble un territoire partagé. Concrètement, des rencontres et des échanges d'opinions peuvent avoir lieu entre les habitants locaux et les touristes, alors qu'entre les institutions publiques et la population locale il doit y avoir une implication et une reconnaissance sociale et, finalement, les institutions publiques elles-mêmes veillent à la promotion et à la valorisation de l'image du territoire afin d'attirer les visiteurs. Crozat & Alves (2018, pp. 198-199) expliquent que ce concept implique non seulement les aspects économiques et environnementaux, mais également le volet social, où le résident local joue un rôle important. Dans le même ouvrage, il est expliqué à quel point la mise en œuvre de ce concept est très difficile, car c'est principalement un secteur professionnel qui implique une demande et une offre.

2.3.5 CULTURE

Le facteur culturel joue un rôle fondamental : « Le patrimoine culturel est une composante essentielle de l'identité des territoires » (Furt, 2011, p. 49). Le secteur du tourisme facilite la mise en valeur des ressources culturelles en faveur des visiteurs et des habitants. Cependant, pour répondre aux besoins des touristes, parfois sont proposés des éléments non nécessairement liés à la culture locale, tels que le fait de servir la *pælla* n'importe où en Espagne, même dans des régions non connues pour ce plat (Ejarque, 2003, p. 84). Furt (2011, p. 116) confirme la présence de cette coexistence difficile entre culture et tourisme et la décrit comme une « question délicate », mais inévitable.

Pour favoriser les aspects économiques, sociaux et symboliques, les univers du tourisme et de la culture doivent collaborer. Le visiteur a besoin de culture et la culture a besoin du visiteur (Oraget du Cluzeau, 2009, p. 42). De nos jours, les visiteurs veulent faire des voyages personnalisés, ceci est accompli avant tout grâce aux caractéristiques uniques d'une destination touristique et à un contact direct et sincère (*authenticité*) avec les coutumes de la région (Costa, 2005, p. 112). Mais, selon Oraget du Cluzeau (2009, pp. 38–39), cet aspect de la personnalisation n'est pas suffisamment pris en compte : selon l'auteur, peu d'efforts sont faits pour attirer les visiteurs en fonction de leurs caractéristiques personnelles.

Dans son livre, Oraget du Cluzeau (2009, p. 18) décrit l'ensemble d'une culture indigène comme des *productions culturelles*, qui incluent le type de territoire, les centres d'intérêt et les activités culturelles, le folklore. Le touriste les apprécie en fonction du contexte et de ses connaissances.

Costa (Costa, 2005, p. 188) trace une vision actuelle négative de la gestion de la culture par le tourisme : « Actuellement, il manque des professionnels capables d'authentifier des lieux pour les visitors, avec des initiatives qui relient la culture locale, la culture mondiale et la culture du tourisme⁹ ». Oraget du Cluzeau (2009, p. 41) est également du même avis : selon lui, ceux qui travaillent dans le tourisme manquent actuellement de créativité pour promouvoir les aspects culturels.

Enfin, pour Ejarque (2003, p. 85) la promotion culturelle crée souvent des situations paradoxales. L'auteur justifie cette affirmation avec le cas de Bali, où les rituels de fête sont devenus des objets de tourisme. Mais ce fait a également permis d'éviter l'érosion due au temps de ces traditions et de les transmettre aux générations successives.

⁹ « Attualmente mancano i professionisti capaci di autenticare i luoghi per i visitor, con iniziative che connettono la cultura locale, la cultura globale e la cultura turistica. » (Traduction personnelle)

3. PRÉSENTATION DU VALLE DI BLENIO

La Valle di Blenio est une vallée alpine située au nord du canton du Tessin, limitrophe du canton des Grisons. La vallée est composée de 3 communes (qui forment un seul district, Blenio), résultat des agglomérations de 17 villages réalisées ces dernières années : Acquarossa (2004), Blenio (2006) et Serravalle (2011). Les fusions ont été réalisées pour optimiser la gestion des villages : « Seule une agrégation aurait permis aux municipalités de gérer rationnellement et de fournir les ressources nécessaires pour faire face aux investissements dans les infrastructures et aux dépenses courantes.¹⁰ » (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 184). Le chef-lieu de la vallée est le village de Lottigna.

Appelée aussi *Valle del Sole*, en raison de son climat particulièrement méridional et ensoleillé, cette vallée alpine est traversée du nord au sud par la rivière Brenno. L'altimétrie varie des 389 mètres de Malvaglia aux 3 402 mètres de l'Adula. La partie forestière couvre le 40 % du territoire (« Valle di Blenio : Dati geografici », 2019). La vallée a une surface de 359,03 km², soit 13 % de celle du Tessin. 53 % de la surface *blenieuse* est considéré comme *improductif* (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 24).

Sur le plan démographique, la Valle di Blenio a connu une évolution négative au cours du XX^e siècle, passant de 6 363 habitants en 1900 aux actuels 5 767. Ce phénomène s'explique en partie par la difficulté des jeunes à trouver un emploi dans la vallée (Grata, Panzera, & Foletti, 2011, p. 46).

Aucun axe autoroutier ni ferroviaire ne traversent le territoire de la Valle di Blenio. Le col du Lucomagno, qui relie le Tessin au canton des Grisons, constitue le seul débouché vers la Suisse alémanique. L'élément géographique a toujours été fondamental pour cette vallée alpine :

La position géographique et la conformation de la vallée ont joué un rôle important dans le destin de la communauté blenieuse et continuent d'influer sur son avenir. La conformation du territoire et la situation de la vallée en ce qui concerne les axes de transit ont déterminé au cours des siècles passés l'intérêt des divers personnes pour le contrôle politique de la région (...).¹¹ (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 24)

¹⁰ « Soltanto l'aggregazione avrebbe consentito ai comuni una gestione razionale e procurato le risorse necessarie per fronte agli investimenti infrastrutturali e alle spese correnti. » (Traduction personnelle)

¹¹ « La posizione geografica e la conformazione della valle hanno avuto un ruolo importante per il destino della comunità blenieuse e influenzano ancora oggi il suo divenire. La conformazione del territorio e la situazione della Valle rispetto agli assi di transito hanno determinato nei secoli addietro l'interesse dei vari signori per il controllo

Les mêmes auteurs soulignent que les caractéristiques géographiques de la Valle di Blenio ont également eu un impact sur les pratiques liées à la nature et impliqué une coexistence avec des événements naturels.

3.1 HISTOIRE ÉCONOMIQUE : 1900 – AUJOURD’HUI

Le contexte économique *blenie* a connu une existence fluctuante au cours du siècle dernier. Cette vallée alpine est passée d'une situation d'extrême pauvreté au début du XX^e siècle à une croissance économique constante jusqu'au milieu du siècle, suivie d'une stagnation qui se prolonge jusqu'à présent.

Les premières décennies du XX^e siècle étaient caractérisées par un taux de pauvreté élevé :

Comme toutes les communes de la vallée, il y avait peu de riches et beaucoup de pauvres. Il y avait ceux qui pouvaient trouver une chance pour une vie facile et ceux qui devaient transpirer beaucoup pour survivre et atteindre une condition tolérable.¹² (Pagani, 1992, p. 13)

Solari (2012, p. 25) dans son livre explique comment le canton se développait à cette époque selon deux rythmes différents : dans les centres urbains tessinois, le secteur de la construction était sollicité dans le renouvellement des infrastructures d'accueil dans le but de développer le secteur du tourisme (pour profiter de l'arrivée de la ligne ferroviaire du Gothard), alors que les zones périphériques n'étaient pas affectées par le développement économique. Le même auteur (2012, p. 25) souligne les graves problèmes de santé (avortements, anémies, malnutrition et grippe espagnole) au Tessin, précisément à cause des mauvaises conditions économiques.

L'agriculture représentait la principale ressource pour la survie des habitants de la vallée : le secteur primaire représentait le 82 % de l'économie de la *Valle del Sole*. La Valle di Blenio vivait en consommant ce qu'elle produisait, n'exportant que du bétail (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 40). Le travail agricole n'était soutenu par aucune machine. Les agriculteurs effectuaient tous les travaux manuellement. En hiver, la production de lait était faible et la nourriture était compensée par des matières premières telles que le maïs, le seigle et les châtaignes (Pagani, 1992, p. 25). La vie paysanne était très dure : « La vie était rendue plus difficile par les techniques agricoles primitives, par la fragmentation des propriétés dans de

politico della regione (...). » (Traduction personnelle)

¹² « Come tutti i comuni della valle i benestanti erano pochi ed i poveri molti. C'è stato chi ha potuto trovare una possibilità di vita facile e chi invece ha dovuto sudare assai per sopravvivere e per raggiungere una condizione tollerabile. » (Traduction personnelle)

petits lots improductifs et par les catastrophes naturelles qui venaient souvent hanter cette terre.¹³ » (Kinross, Barber, Jacomelli, & Ferrari, 1996, p. 21). Les paysans élevaient principalement des vaches et, en plus petites quantités, des chèvres, des moutons et des cochons (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 43).

Confrontés à cette situation précaire, de nombreux habitants *bleniesi* ont décidé de partir ailleurs. Les principales phases d'émigration de la Valle di Blenio ont été deux : une au milieu du XIX^e siècle, qui a vu les habitants de la vallée chercher fortune principalement dans les Amériques. La seconde à la fin du même siècle, marquée par un caractère saisonnier et des destinations plutôt européennes. Les raisons des départs étaient principalement trois : le besoin de contrecarrer les mauvaises conditions économiques de la vallée, le désir de ne pas accroître la tension entre la quantité de la population et les terres agricoles et le désir de nouvelles connaissances artisanales (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 34). En général, chaque partie de la vallée se distinguait par ses compétences artisanales : la moyenne et haute vallée était reconnue pour le chocolat et la confection des services liés à la restauration, tandis que la basse vallée était spécialisée dans la gestion des magasins, des hôtels et dans le commerce de châtaignes (Kinross & al., 1996, p. 22).

Comme expliqué par Marcacci & Viscontini (2011, p. 38), l'émigration *bleniese* a créé paradoxalement une deuxième émigration interne conséquente : partaient à l'étranger principalement les hommes de la vallée. Les femmes qui restaient avaient donc besoin, quelques mois par an, de manœuvres en soutien. Les travailleurs italiens venaient à leur aide.

L'émigration a également eu des conséquences positives pour l'ensemble de la communauté. Les émigrés n'ont pas oublié leur lieu d'origine et nombreux d'entre eux ont utilisé la fortune acquise à l'étranger pour renforcer le territoire *bleniese* : « Tous ces Tessinois n'ont pas attendu la retraite pour faire sentir leur présence dans le canton.¹⁴ » (Kinross & al., 1996, p. 117). En fait, nombreux ont été les travaux réalisés grâce aux efforts des *bleniesi* émigrés.

Parmi les infrastructures touristiques (réalisées surtout grâce à la contribution des émigrés), la plus importante était sans aucun doute l'hôtel thermal de Acquarossa. Paradoxalement, malgré la situation économique précaire de cette vallée alpine, nombreux étaient les services de restauration et d'hôtellerie en activité. Dans la seule région de Acquarossa, il y en avait neuf (Caffé Federale, Ristorante della Posta, Ristorante Varesino, Grotto Cisalpino, Osteria

¹³ « La vita era resa più dura da tecniche agricole primitive, dalla proprietà frammentata in piccoli lotti improduttivi e dai disastri naturali che venivano spesso a tormentare questa terra. » (Traduction personnelle)

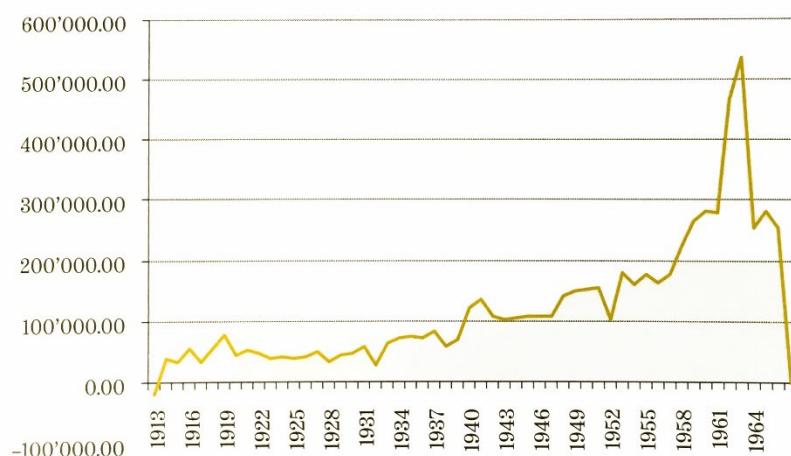
¹⁴ « Tutti questi ticinesi non aspettavano il pensionamento per far sentire la loro presenza nel Cantone. » (Traduction personnelle)

Bozzini, Albergo Bruni, Ristorante Boscero, Ristorante Michelino et Albergo Stazione) (Grata & al., 2011, pp. 45-46). Le même village voyait le développement constant de son hôpital. Parmi les industries, il est important de mentionner la chocolaterie Cima Norma à Dangio, créée en 1903 et relancée en 1914 par Giuseppe Pagani. En termes de transport, la vallée a connu une grande révolution avec l'arrivée de la ligne ferroviaire Biasca-Acquarossa en 1911 (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 9). Enfin, au fil des ans, trois stations de ski d'une importance remarquable dans l'économie *bleniese* se sont développées : Nara, Campo Blenio et Campra. Compte tenu de la contribution considérable de ces infrastructures (les trois mentionnés ci-dessus, ainsi que l'hôpital Acquarossa et les stations de ski) à l'économie de toute la vallée, ce travail propose une étude approfondie de ces importantes ressources.

3.1.1 CIMA NORMA

En 1903, les frères Ernesto et Alfonso Cima ont construit la chocolaterie Cima Norma avec un capital acquis en travaillant dans le secteur du café à Nice. Après l'inondation qui détruisit l'usine en 1908, Giuseppe Pagani, émigré *bleniese* à Londres (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 94) la relance en 1913, qui résiste également à un incendie majeur en 1915. En plus d'investir de manière importante dans l'usine, Giuseppe Pagani a réalisé une gestion efficace, accompagné entre autres par Giovanni Ehrsam, qui lui a permis de trouver de précieux accords avec les pays germanophones (Pagani, 1992, p. 37). Le terme *Norma* a été ajouté au nom de famille des deux fondateurs de l'usine (les frères Cima) sur l'emballage des produits fabriqués, car les premiers moyens de production dans lesquels il a investi Pagani provenaient de la chocolaterie Norma à Zurich, qui avait déjà fait faillite à l'époque. Cependant, le nom de l'entreprise n'a officiellement changé qu'en 1930 (Cima, 2019).

L'industrie a grandement contribué à la croissance économique de la Valle di Blenio. En fait, il comptait environ 150 employés à temps plein, tandis que pendant les mois au cours desquels une plus grande intensité était nécessaire, ils employaient jusqu'à trois cents personnes avec du personnel saisonnier (Chiapparino & Romano, 2007, p. 109). Les rétributions étaient relativement basses, mais les emplois à la Cima Norma étaient très recherchés, car c'était la seule usine de toute la vallée. Avec d'autres activités (principalement agricoles), les *bleniesi* vivaient dans la dignité (Pagani, 1992, p. 39).

Figure 4 Évolution du chiffre d'affaires de la Cima Norma de 1913 à 1966 (en francs suisses)

Source : Marcacci & Viscontini, 2011

Au fil des années, l'usine a connu une existence prospère, de même que l'ensemble de l'industrie du chocolat en Suisse. Durant la Seconde Guerre mondiale, la société a enregistré une augmentation de son chiffre d'affaires (plus de 40 %) grâce à la production de chocolat militaire. Après le deuxième conflit mondial, la chute du prix des matières premières a permis à l'usine de continuer à se développer (comme le montre le pic indiqué dans le graphique ci-dessus), mais elle a été dépassée par la concurrence en raison de l'absence de modernisation des processus de production. La Cima Norma a fermé ses portes en 1968, créant une blessure profonde dans l'économie *bleniese* et dans tous ses secteurs (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 137). Le processus de transport complexe et inefficace était une raison de la fermeture : les marchandises arrivaient à Biasca avec les lignes CFF, étaient ensuite transférées à Acquarossa avec la ligne Biasca-Acquarossa et, finalement, chargées dans des camions jusqu'à Dangio. Aujourd'hui, le bâtiment est principalement utilisé pour des fonctions culturelles (Chiapparino & Romano, 2007, p. 117). Le 20 mai 2019, l'actionnaire principal de la Cima Norma SA, Marino Venturini, a annoncé l'acquisition de la marque par Domani Food SA (présidée par le CEO Abouzar Rahmani). Domani Food a l'intention de produire du chocolat avec la marque Cima Norma dans l'usine de Rancate. Outre l'acquisition, les deux parties ont officialisé une collaboration visant à réévaluer l'immeuble Dangio (rénovation de la façade et création d'un musée et d'un atelier). La relance du chocolat Cima Norma permettra d'accroître la visibilité de la Vallée de Blenio (Cima Norma SA & Domani Food SA, 2019).

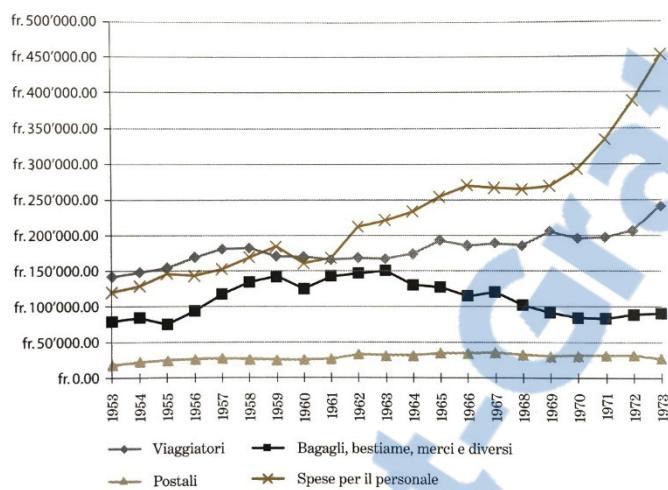
3.1.2 LIGNE FERROVIAIRE BIASCA-ACQUAROSSA

Initialement « en compétition » avec la ligne du Gothard pour la construction de l'axe ferroviaire nord-sud, le projet de voie ferrée Lucomagno n'a pas vu le jour en raison de sa position décentralisée par rapport aux travaux effectués en Val Leventina pour le Tunnel du Saint-Gothard. Malgré cela, le Conseil fédéral approuva en 1899 le projet d'une ligne de

chemin de fer reliant Biasca à Acquarossa. Le service a été inauguré le 6 juillet 1911 (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 111).

La ligne mesurait douze kilomètres et transportait à la fois des personnes (une cinquantaine par convoi) et des marchandises (comme celles de la Cima Norma), à une vitesse moyenne de trente kilomètres par heure (Leopoldo Pagani, 1992, p. 51) et le parcours comprenait 8 arrêts. La société employait 19 personnes et effectuait 12 voyages par jour (6 à Biasca et 6 à Acquarossa) (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 120).

Figure 5 Évolution des recettes et des dépenses de la ligne Biasca-Acquarossa (1953-1973) (en francs suisses)



Source : Marcacci & Viscontini, 2011, p. 153

De manière générale, la ligne de chemin de fer Biasca-Acquarossa a largement contribué à la croissance économique de la région. Outre la collaboration avec la chocolaterie, le chemin de fer *bleniese* a joué un rôle important dans le tourisme, avec le transport des visiteurs vers les thermes de Acquarossa. Malgré cela, le développement du transport routier met sérieusement en difficulté ce service ferroviaire, qui doit être démantelé en 1973 (Marcacci & Viscontini, 2011, pp. 167-169). Comme le montre le graphique ci-dessus, les coûts du personnel ont augmenté de façon exponentielle au fil des ans, tandis que les revenus liés aux services de transport de voyageurs, de courrier et de marchandises sont restés pratiquement constants au cours des vingt dernières années de l'existence de la Biasca-Acquarossa. : l'écart entre les dépenses et les recettes en 1973 était désormais insoutenable. La compagnie de chemin de fer a été convertie au service de bus *Autolinee Bleniesi*, toujours actif sur tout le territoire :

Le déclin du transport de marchandises après la fermeture de la chocolaterie Cima Norma en 1968 et la politique de coordination des transports préconisée par le gouvernement cantonal ont convaincu les municipalités de la vallée de donner leur feu vert à ce changement radical des transports.¹⁵ (Grata & al., 2011, p. 72)

Selon les mêmes auteurs, l'absence de voies de communication importantes dans la vallée ne représente pas nécessairement un inconvénient, mais une opportunité de développement pour le secteur du tourisme et pour la qualité de la vie de la population.

Les autorités politiques ont pris en compte la nécessité de réaliser un axe ferroviaire reliant l'est à l'ouest (à travers le col du Lucomagno) entre 1964 et 1971. Cette fois, les projets comprenaient un tunnel passant sous la région de la Greina et la montagne Tödi dans les Grisons, pour relier la ville tessinoise de Biasca à la capitale des Grisons, Coire. (Marcacci & Viscontini, 2011, pp. 70-71, 80). Cette dernière proposition de projet mettait la ligne Greina-Tödi en concurrence avec le tunnel de base du Gothard, qui reliera directement Amsteg à Giornico (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 84), ensuite réalisé.

Après la fermeture de la Cima Norma et l'arrêt de l'activité, cinq ans plus tard, de la ligne de chemin de fer Biasca-Acquarossa, tous les espoirs d'une valorisation économique de la vallée reposaient sur la station thermale de Acquarossa (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 180).

3.1.3 CENTRE THERMAL ACQUAROSSA

Acquarossa, une commune située au milieu de la Valle di Blenio, doit son nom à la présence d'une source d'eau particulière aux propriétés de couleur ferrugineuse et rougeâtre. Une étude menée en 1837 par Luigi Gianella a démontré les multiples effets bénéfiques de l'eau rouge sur la santé humaine. Dans le documentaire « Valle di Blenio - dubbi e speranze » tourné dans le contexte de l'émission *Argomenti* (Fazioli & Tchertkoff, 1982), le docteur Remo Martinoli confirmait que les effets de l'eau rouge étaient bénéfiques, en particulier en cas d'arthrose et de névrites. En 1884, le premier centre thermal fut construit à Acquarossa, même si des thermes datant du XVIII^e siècle étaient déjà présents (Grata & al., 2011, p. 104). La structure en a profité avant la construction de la ligne de chemin de fer du Gothard et de la route du Lucomagno, puis de la ligne de chemin de fer Biasca-Acquarossa :

Une fois de plus, de grands espoirs ont été placés dans le développement du tourisme dans la vallée, également lié à la station thermale Acquarossa, pour donner suite à la construction de la ligne de chemin de fer. Une

¹⁵ « Il calo del trasporto merci sopravvenuto dopo la chiusura della fabbrica di cioccolato Cima Norma avvenuta nel 1968 e la politica di coordinamento dei trasporti preconizzata dal governo cantonale hanno convinto i Municipi della valle a dare il via libera a questo radicale mutamento dei mezzi di trasporto. » (Traduction personnelle)

analogie implicite a été faite avec le développement du tourisme qui s'est déroulé dans le centre et le haut de la Léventine avec l'ouverture de la ligne Gottardo.¹⁶ (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 112)

Domenico Andreazzi et Angelo Scarenzio figuraient parmi les partisans de la construction du complexe (Leopoldo Pagani, 1992, p. 45). Le premier bâtiment comptait 60 lits et disposait de toutes les commodités les plus modernes de l'époque. Initialement, l'ouverture était prévue pour pendant les mois de juillet et août, puis élargie de juin à septembre (Bruno Grata & al., 2011, p. 104).

Au fil des ans, le complexe thermal a changé de direction plusieurs fois. Divers services liés au bien-être ont été proposés en plus des salles de bain. La majorité de la clientèle que séjournait à Acquarossa provenait principalement du nord de l'Italie et du Tessin. Toutefois, des groupes de clients sont également venus d'Angleterre, de France, de Belgique et des États-Unis. Beaucoup ont combiné le séjour thermal avec l'alpinisme (Marcacci & Viscontini, 2011, p. 52).

Sous la direction de la famille Greter, le centre thermal Acquarossa a connu une période de stabilité économique, suivie d'une détérioration constante de la structure en raison de l'incapacité et de l'impossibilité de la renouveler. En 1971, le centre a été fermé, ce qui a porté un coup sévère à l'économie tessinoise. Jusqu'à présent, plusieurs projets de réouverture hypothétique avaient été menés, dont aucun n'a été réalisé (voir le point 5.1.1) (Grata & al., 2011, pp. 139-142).

Malgré les récents échecs, la communauté continue d'espérer à une relance future dans l'intérêt de son économie : « Considérez que la réalisation de ce complexe pourrait, et pourrait encore, apporter un avenir positif à la vallée. (...) l'initiative devrait commencer dès les habitants de la vallée, même avec des réalisations moins grandioses.¹⁷ » (Pagani, 1992, p. 47). L'affirmation de Leopoldo Pagani est strictement liée au concept de *méthode participative* (voir point 2.3.2). Ces dernières années, au-delà de la planification liée à la relance hypothétique du spa, il y a également celle liée à la construction d'un établissement

¹⁶ « Grandi speranze erano nuovamente riposte nell'ulteriore sviluppo turistico della Valle, legato anche alle Terme di Acquarossa, come conseguenza della costruzione della linea ferroviaria. Veniva fatta un'implicita analogia con lo sviluppo turistico avvenuto nella media e alta Leventina con l'apertura della linea del Gottardo. » (Traduction personnelle)

¹⁷ « Si pensi che la realizzazione di questo complesso avrebbe potuto, e potrebbe ancora, portare un positivo avvenire per la Valle. (...) l'iniziativa dovrebbe partire proprio dagli abitanti della valle, anche prefiggendosi realizzazioni meno grandiose. » (Traduction personnelle)



hôtelier comprenant plusieurs centaines de lits et d'installations de loisirs (piscine, bien-être...), reposant sur le modèle *Leading Family Hotel*.

En fermant les portes, les bains ont impari une révolution au village de Acquarossa ; les habitants se sont déplacés de l'autre côté de la rivière et le seul principal centre économique du pays (et de la vallée) est aujourd'hui l'hôpital.

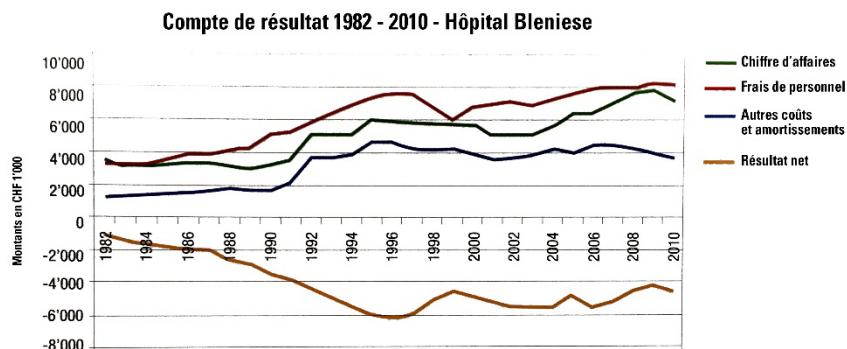
3.1.4 L'HÔPITAL DE ACQUAROSSA

En 1881, Don Antonio Del Siro de Prugiasco créa un lieu d'ermitage destiné à abriter les prêtres retraités. Dans son testament, le curé de la paroisse annonçait déjà une éventuelle expansion de la structure à l'avenir (Grata & al., 2011, p. 87). Après la mort de Don Del Siro, la communauté religieuse de la région a assuré le développement de la structure, jusqu'à la naissance de l'hôpital en 1909, avec 15 lits (Pagani, 1992, p. 50).

Le processus de développement de l'infrastructure sanitaire a été divisé en plusieurs étapes (1913, 1923, 1936, 1961, 1987). En 1973, la maison de retraite *La Quercia* a également été inaugurée (avec près de 100 lits). L'impact de l'Hôpital de Acquarossa sur l'économie de la Valle di Blenio a été et continue à être, à partir des années 1970, d'une importance considérable. Marusca Cittadini, dans son intervention dans le livre de Solari (2012, p. 113), affirme que :

Dans les années 1970, le personnel religieux a été remplacé par du personnel infirmier spécialement formé et du personnel auxiliaire. Cela a un impact important sur la région, surtout si l'on considère que, durant ces années, certaines grandes activités ont été fermées, telles que la chocolaterie Cima-Norma (1968), les thermes Acquarossa (1971) et le chemin de fer Biasca-Acquarossa (1973). L'Hôpital Blenieise a donc commencé à jouer un rôle de premier plan dans l'économie de la vallée en fournissant des emplois qualifiés (médecins, infirmiers, etc.) et des emplois d'auxiliaires (...).¹⁸

¹⁸ « Negli anni Settanta il personale religioso viene sostituito da personale infermieristico appositamente formato e da personale ausiliario. Questo comporta un'importante ricaduta sulla regione, soprattutto se si pensa che in quegli anni sono chiuse alcuni grandi attività come la fabbrica di cioccolato Cima-Norma (1968), le Terme di Acquarossa (1971) e la ferrovia Biasca-Acquarossa (1973). L'Ospedale Blenieise comincia così ad assumere una funzione trainante dell'economia vallerana, mettendo a disposizione posti di lavoro qualificati (medici, infermieri, ecc.) e posti di lavoro come ausiliari (...). » (Traduction personnelle)

Figure 6 Évolution économique de l'Hôpital Bleniese (1982-2010)

Source : Solari, 2012

Aujourd’hui, l’hôpital est la source la plus importante d’emplois (120) dans la région et génère le chiffre d’affaires annuel (plus de 120 millions de francs) le plus élevé. Ceci grâce principalement aux opérations immobilières, à l’acquisition de matériel technique spécialisé et de produits alimentaires, ainsi qu’à la rémunération versée aux travailleurs. Sur le plan interne, le graphique ci-dessus montre qu’au milieu des années 1990, la structure sanitaire *bleniese* a enregistré une baisse significative de ses résultats nets, pour retrouver une certaine stabilité à partir des années 2000. En termes de chiffre d’affaires et de coûts (liés au personnel et à aux amortissements et autres), leur tendance entre 1982 et 2010 peut être définie de manière presque similaire ; augmentation constante jusqu’après le milieu des années 90 et le début d’une stabilité substantielle par la suite.

Indirectement, l’Hôpital de Acquarossa augmente le bien-être économique de la vallée avec des activités sanitaires hors siège et aux diverses activités commerciales limitrophes (Cittadini, Solari, 2012, p. 113). Pour l’avenir, il est prévu de construire un nouveau centre qui « selon l’étude de faisabilité, accueillera l’hôpital, le foyer pour personnes âgées, les cliniques privées et les cabinets médicaux, le service d’aide à domicile et d’autres prestataires de services de santé locaux¹⁹ » (Mona, 2019). Dans le même article, il est supposé que le début des travaux devrait avoir lieu en 2022.

3.1.5 TOURISME SPORTIF D'HIVER

La Valle di Blenio compte aujourd’hui trois stations de sports d’hiver : Nara, Campo Blenio (pour le ski alpin) et Campra (pour le ski nordique). Malheureusement, ces dernières années, les stations d’hiver *bleniesi* ont suivi la tendance de l’entièrre économie de la région, caractérisée par l’incapacité de se renouveler et d’être en phase avec son temps :

¹⁹ Traduction personnelle

À présent, lesdites stations souffrent de la détérioration des équipements (c'est le cas du Nara 2000), du manque d'infrastructures d'accueil et surtout du changement climatique. De plus, s'agissant de stations qui se trouvent à une altitude relativement faible, en dessous des 2000 mètres, depuis plusieurs années l'enneigement laisse à désirer, ce qui a réduit considérablement la période pendant laquelle pratiquer le ski est possible.
(Bounabe, 2002, p. 72)

L'affirmation de Bounabe a été confirmée 14 ans plus tard, en février 2016, quand le Département des finances et de l'économie (DFE) du Canton du Tessin a publié une étude (Hoff & Dr. Medici, 2016) sur les impacts économiques directs et indirects générés par les cinq principales stations de sports d'hiver du Tessin (Airolo, Carì, Nara, Campo Blenio et Bosco Gurin) subventionnées par le canton. L'étude, sous la direction de Hoff (Rütter Soceco) et du Dr. Medici (Tiresia), est basée sur des données récoltées au cours de la saison d'hiver 2014-2015.

L'étude montre que les nuitées générées par les deux stations *bleniesi* sont nettement inférieures à celles des autres stations. Les clients de toutes les stations analysées proviennent principalement du canton, même si le pourcentage d'Italiens se rendant à Nara et à Campo Blenio est relativement important (respectivement 14 % et 6 % de la clientèle totale). En ce qui concerne l'aspect économique, Campo Blenio a généré un chiffre d'affaires de 1,9 million de francs (22 400 visiteurs au total), une valeur ajoutée de 0,9 million et a assuré 14 emplois à plein temps durant l'hiver 2014-2015, ce qui représente le 1 % de l'emploi total dans la Valle di Blenio (1 421). En revanche, le Nara a enregistré des chiffres inférieurs : 1,2 million de francs de chiffre d'affaires (17 600 visiteurs), une valeur ajoutée de 0,2 million de francs et 9 emplois à plein temps (0,6 %). Ces données sont nettement inférieures à celles des trois autres stations d'hiver subventionnées par le canton du Tessin.

NARA

Bien que les premières propositions de construction d'une station de ski dans la région de Nara aient déjà été formulées en 1942, ce n'est qu'avec la création de l'association Funivia del Sole (1959) et de la société Nara SA (1962) que les projets ont commencé à devenir vraiment concrets. Avec un investissement de 2 370 000 francs suisses, la construction a commencé en 1967 ; les installations ont été inaugurées le 20 janvier 1968. Plusieurs projets de développement de stations de ski ont ensuite été définis, mais pour diverses raisons, ils n'ont pas été mis en œuvre (voir point 5.1.2). Ces dernières années, plusieurs directions ont été incapables de relancer de manière définitive le complexe hivernal (Gianora, 2019).

La station de ski de Nara dispose de deux télésièges à deux places et de trois téléskis. L'infrastructure s'étend du village de Leontica (863 mètres d'altitude) à la Bassa di Nara (2 123

mètres). Un restaurant est également en service à Cancorì (1 500 mètres d'altitude). La station souffre à cause de la rareté de neige de ces dernières années, et ne dispose pas d'un système de neige artificielle efficace (Bounabe, 2002, p. 73). Les remontées mécaniques sont de propriété de la commune de Acquarossa depuis 2004, alors que leur gestion est confiée à la société anonyme *Amici Del Nara SA*. Depuis 1979, l'école de ski de Nara est également active et se prête à l'enseignement des sports d'hiver (Gianora, 2019).

Tableau 3 Total des investissements réalisés et planifiés par la municipalité de Acquarossa pour la station d'hiver Nara (2004-2025)

	Anno	eseguiti Fr. 2004-2015	previsti Fr. 2016-2025
Acquisto impianti	2004	430'000	
Manutenzioni straordinarie e rinnovo concessione	2004-2006	1'500'000	
Contributo cantonale LPI sull'investimento iniziale	2005	-540'000	
Altri investimenti e manutenzioni straordinarie	2007-2011	360'000	
Altri investimenti e manutenzioni straordinarie	2012-2015	510'000	
Rinnovo concessione seggiovia Cancorì-Alpe Nara	2012-2025	350'000	150'000
Rinnovo concessione seggiovia Leontica-Cancorì	2016-2025		850'000
Investimenti e manutenzioni impianti	2016-2025		300'000
Investimenti e manutenzioni battipista, ristorante, ecc.			650'000
TOTALE INVESTIMENTI DEL COMUNE DI ACQUAROSA		2'610'000	1'950'000

Source : Comune di Acquarossa & Amici del Nara SA, 2016

Comme le montre le tableau ci-dessus, les efforts déployés par la municipalité de Acquarossa depuis 2004 (année de l'acquisition des remontées mécaniques) ont été (et seront) importants. Si l'opération d'acquisition réalisée en 2004 s'est traduite par un investissement relativement faible (moins d'un demi-million), les principales dépenses sont représentées par le renouvellement des différentes concessions des télésièges.

L'ancien directeur de la station *bleniese*, Gianluca Lepori, interrogé à l'occasion de ce travail de recherche, estime que les points forts de la Nara résident dans les aspects liés au paysage, même s'il ne s'agit certainement pas d'une qualité capable de différencier le domaine skiable de tous les autres. Selon Lepori, pour renforcer davantage ce concept afin de se différencier, le monde agricole devrait être davantage impliqué. En ce sens, conclut l'actuel directeur d'*Ovronnaz Tourisme*, le Nara a commencé à prendre des mesures en proposant des événements liés au territoire et à des produits locaux tels que *Ul Gir di Alp* et *Blenio Festival*.

CAMPO BLENIO

En décembre 1963, dans une déclaration publique écrite par Davide Bianchi, Aldo Delmué et Giovanni Martinelli, a été annoncée l'intention de construire des remontées mécaniques

dans la localité de Campo Blenio : « La Coopérative de remontées mécaniques Campo-Blenio, créée lors de la mémorable assemblée du 9 février 1964, (...) vient de signer le contrat pour l'installation du téléski qui entrera en service avec la première neige de la saison d'hiver 1964/1965.²⁰ ». La première remontée mécanique a été inaugurée le 20 décembre 1964, suivie l'année suivante par la deuxième remontée mécanique. En 1968, dans le but d'élargir l'offre, un téléski a également été construit dans la municipalité adjacente de Ghirone (qui a ensuite été fermée en 2000). Depuis 1996, la station de ski est munie d'un système d'enneigement artificiel qui assure le bon fonctionnement des remontées mécaniques, même pendant les saisons les plus pauvres de neige. L'École suisse de ski et de snowboard Blenio, fondée en 1965, est toujours active dans le domaine de l'enseignement sur la neige de Campo Blenio.

Aujourd'hui, Campo Blenio se présente comme une petite station de ski destinée principalement aux familles et aux jeunes utilisateurs. En fait, la station (toujours gérée par la société coopérative *Impianti Turistici Campo Blenio – Ghirone*) dispose de 2 remontées mécaniques et de 2 tapis roulants, avec des pistes de niveau facile qui conviennent aux amateurs de glisse sur la neige. Au fil des années, la société coopérative a tout mis en œuvre pour diversifier son offre. Il est en fait possible de faire du patin à glace, de la luge, du ski nocturne et du ski de fond. Tout est accompagné de divers services de restauration, qui répondent aux besoins des familles : « C'est un complexe qui convient particulièrement aux familles, car il est facilement accessible.²¹ » (Pagani, 1992, p. 34). Bounabe (2002, p. 74) résume efficacement la stratégie de Campo Blenio :

Consciente de ses limites, la station n'a pas eu la prétention de trop s'agrandir, au contraire elle a opté pour le maintien de la configuration qui l'a rendue tant célèbre dans tout le canton. La station (...) a opté pour un tourisme de proximité et visé la jeune clientèle, en effet, un nombre considérable de Tessinois ont fait leurs débuts dans cette station.

Dans le cadre de ce travail de recherche, Nicola Solari, directeur de l'École suisse de Ski Blenio, a déclaré qu'en ce qui concerne les répercussions économiques, la station de Campo Blenio est très importante. Selon Solari, à Campo Blenio ne tourne pas uniquement une remontée mécanique, mais l'entier mouvement contribue indirectement à accroître les revenus des activités commerciales de la haute vallée. De plus, la station de sports d'hiver garantit toujours l'occupation par les écoliers au centre Lingue & Sport, au centre OTAF et à la Casa Cristallina. En règle générale, comme précisé par Solari, l'école de ski et les remontées

²⁰ « La società cooperativa sciovia di Campo-Blenio, costituita nella memorabile assemblea del 9 febbraio 1964, (...) ha testé firmato il contratto per l'installazione della sciovia che entrerà in funzione con la prima neve della stagione invernale 1964/1965 » (Traduction personnelle)

²¹ Traduction personnelle

mécaniques enregistrent des sorties d'un montant supérieur à 1 million de francs. Ces dépenses sont liées aux salaires et aux achats auprès des fournisseurs comme les boulangeries et autres.

CAMPRA

Lors de la construction de la route carrossable du Lucomagno en 1974, les membres du club de ski Simano (club de ski de fond fondé en 1934) décident de construire un abri dans la région de Campra, qui se prête particulièrement à la pratique de ce sport. Le premier refuge a été inauguré lors de la saison 1973-1974 (« La storia del centro sci nordico di Campra », s.d.).

Le Centre Nordique Campra offre aujourd’hui aux visiteurs la possibilité de pratiquer le ski de fond sur 30 km de pistes, de différents niveaux. La station, située dans la partie sud du Lucomagno, accueille souvent des courses au niveau européen et international. (« La storia del centro sci nordico di Campra », s.d.). Campra est le centre pour le ski de fond le plus important du canton Tessin (Bounabe, 2002, p. 74) et il a une grande importance aussi à niveau national, à tel point que l’Office fédéral du sport a décerné à Campra la certification « CISIN ». Un projet de rénovation est en cours aujourd’hui (voir point 5.2.1).

Dante Caprara, responsable de l’antenne Valle di Blenio pour l’ERSBV, explique que le nouveau Centre Nordique de Campra est, pour la région, un projet phare. Cette structure a une histoire très importante de quarante ans et, au fil du temps, Campra est devenue de plus en plus reconnue grâce à des événements de niveau national et international. Caprara précise cependant que l’infrastructure dédiée à l’hébergement n’a malheureusement pas suivi cette évolution et qu’elle avait besoin d’un renouvellement important ; ce projet ambitieux a donc été conçu, et a été également le premier projet financé par décret de la politique économique régionale.

3.2 CONTEXTE ÉCONOMIQUE ACTUEL

L’économie de la Valle di Blenio est aujourd’hui dans une situation de stagnation : « Paralysée par une certaine paresse et l’impuissance manifeste des autorités politiques, et peut-être aussi par une incapacité générale de réaction face à la crise économique et d’identité qui l’a caractérisée durant les dernières décennies » (Bounabe, 2002, p. 2).

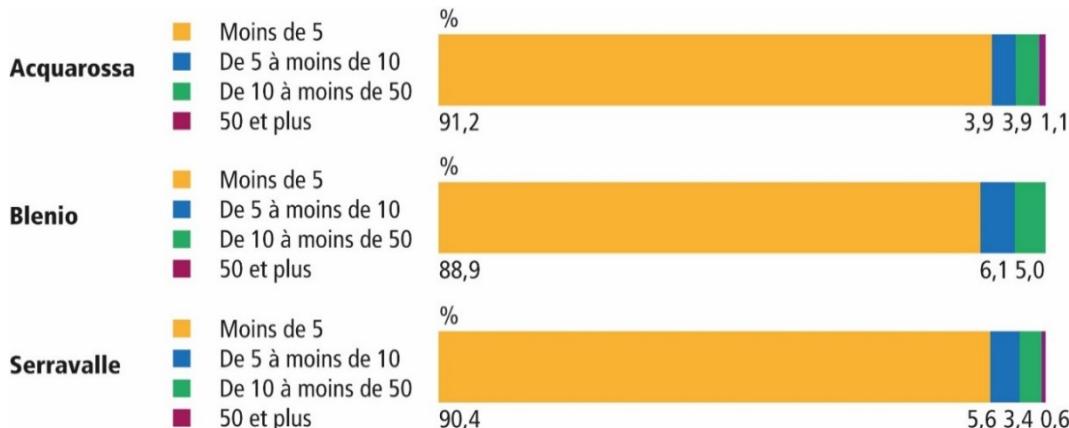
Cependant, dans son article, Cima (2018) explique comment la situation socio-économique de la Valle di Blenio est soumise à des distorsions de conception. Par exemple, l’auteur explique que, démographiquement, la vallée est dans une phase de stabilité depuis plusieurs décennies, car le pic minimum d’habitants atteint en 1980 avec 5 000 habitants n’a plus été approché. Malgré cela, divers acteurs politiques affirment que la région souffre de *dépeuplement*. Cette divergence de visions s’explique par la fermeture constante d’importants

centres d'intérêt économique, tels que les bureaux de poste, les banques et les hôtels. L'auteur de l'article se réfère à ce processus avec le terme de *vidage*.

Sur le plan professionnel, le secteur tertiaire est devenu au cours des dernières années la ressource la plus importante tant au niveau des entreprises (environ 60 %) que de l'emploi (70 %). Les deux autres secteurs sont divisés en mesures égales (Repubblica e Cantone Ticino, Dipartimento delle finanze e dell'economia, Divisione delle risorse, 2018). Claudia Boschetti Straub, maire de Blenio, consultée dans le cadre de ce projet de recherche, a déclaré que « les vallées, en particulier la Valle di Blenio qui n'a pas un secteur secondaire fort, a besoin du secteur tertiaire, et nécessite économiquement du tourisme comme le carburant²² ».

Dans ce contexte, Dante Caprara affirme qu'« aujourd'hui le phénomène de la tertiarisation est présent dans la *Valle del Sole*, mais en quantité moindre par rapport à la tendance cantonale²³ ». Toutefois, le secteur secondaire *bleniese* joue également un rôle important pour le gestionnaire de l'antenne ERSBV de la Valle di Blenio, tout comme le secteur primaire. Caprara précise que, entre 2011 et 2016 ce dernier taux est devenu nettement supérieur à la moyenne cantonale de 3 % ; le secteur agricole est important, tandis que la tendance dans le secteur secondaire est stable.

Figure 7 Entreprises, par classe de taille (collaborateurs en temps plein)



Source : Annuario Statistico Ticinese, Repubblica e Cantone Ticino & al., 2018 (Traduction personnelle)

À partir du graphique de la taille des entreprises de la Valle di Blenio, il est possible de voir comment les trois municipalités présentent des données pratiquement identiques. Les microentreprises représentent la majorité des entités économiques actives sur le territoire, alors que celles de plus grande taille sont peu nombreuses. D'un point de vue économique, le district de la Valle di Blenio est principalement caractérisé par une certaine activité industrielle et artisanale (Gonzalez & Stephani, 2014, p. 56).

²² Traduction personnelle

²³ Traduction personnelle

En ce qui concerne les entreprises en Valle di Blenio, les maires Odis Barbara De Leoni (Acquarossa) et Luca Bianchetti (Serravalle) affirment que les personnes juridiques représentent une petite partie des recettes fiscales de leurs respectives municipalités et évaluent ce résultat comme positif : le premier en mettant l'accent sur la préservation du paysage, tandis que le deuxième insiste sur le fait que les grands sauts de revenus en raison de faillites soudaines sont ainsi évités.

Dante Caprara, en ce qui concerne les activités économiques dans la Valle di Blenio, indique qu'outre au tourisme, qui joue un rôle important, il existe d'autres secteurs non moins importants tels que l'agriculture, les activités socio-sanitaires, l'énergie et toutes les activités liées au bois. Pour en tirer profit dans son ensemble, explique Caprara, il est nécessaire de promouvoir des synergies, telles que le tourisme agricole ou toutes les activités liées à l'élément forestier. Finalement, selon le coordinateur de l'antenne ERSBV pour la Valle di Blenio, les multiples difficultés liées aux infrastructures touristiques d'accueil ne représentent pas une exception, mais suivent la tendance des autres régions périphériques ; malgré ça, le potentiel *blenieuse* doit être renforcé afin de créer des collaborations entre le secteur public et celui privé.

Les activités commerciales font défaut dans l'économie *blenieuse*, comme confirmé par le maire de Acquarossa De Leoni, interviewé dans le cadre de ce travail de recherche :

Il nest pas normal que ceux qui résident dans la Valle di Blenio naient pas dendroit s où acheter une nouvelle chemise ! Si une personne désire acheter une paire de chaussures, si ce ne sont pas des chaussures de sport disponibles au magasin SarciSport à Olivone, elle doit au moins descendre à Biasca ! (...) Pourquoi ne pouvons-nous pas être autonomes au moins pour ce qui concerne les biens principaux ?²⁴

Au niveau des communes, la situation économique semble être bonne. Les trois maires de la vallée, interrogés sur la situation actuelle, ont déclaré que les caisses communales jouissent en général d'une bonne santé. Plus précisément, la maire de Blenio Claudia Boschetti Straub affirme que « cette année, en fait, selon l'estimation, quelque chose va avancer. Allons-y bien. Nous avons le multiplicateur de 90 %, la seule municipalité de la vallée qui possède ce multiplicateur !²⁵ ».

Même Odis Barbara De Leoni, maire de Acquarossa, décrit comme bonne l'économie de sa municipalité, même s'il est conscient des limites du contexte : « La municipalité se porte bien sur

²⁴ Traduction personnelle

²⁵ « Quest'anno, infatti, secondo il preventivo avanzerà qualcosa, quindi andiamo bene. Abbiamo il moltiplicatore al 90%; siamo l'unico comune della valle che ha questo moltiplicatore. » (Traduction personnelle)

le plan économique, car les municipalités les plus riches sont solidaires, avec la péréquation financière et la contribution à la délocalisation géographique. Nous allons bien, mais nous avons le multiplicateur au 95 % lorsque la moyenne cantonale est entre le 80 et le 82 %... ».²⁶ Selon De Leoni, la municipalité parvient à garantir tous les services grâce à 1,5 million de francs de péréquations financières, auxquelles il faut ajouter 800 000 CHF de la contribution pour la délocalisation géographique. Sans cet argent la municipalité serait en difficulté, mais selon le maire, la population ignore cet aspect. Le même De Leoni affirme que la municipalité a une dette très élevée au prorata, qui est toutefois compensée par les actifs élevés dont dispose Acquarossa. En ce qui concerne le marché du travail, De Leoni observe que l'Hôpital de Acquarossa représente la principale source d'emploi, suivi par plusieurs entreprises de construction qui doivent souvent sortir de la vallée pour effectuer des travaux. Le maire de Acquarossa fait également une réflexion sur les recettes fiscales : « Avec les recettes fiscales, nous pourrions uniquement envoyer nos enfants à l'école et faire loger les personnes âgées à la maison de retraite *La Quercia* ; il ne resterait plus d'argent pour d'autres investissements !²⁷ ».

La pensée du maire de Serravalle, Luca Bianchetti, rejoint celle de ses collègues : « Comme toutes les communes de notre taille, Serravalle est en voie de péréquation financière. (...) lors des deux derniers bilans, la commune a enregistré un résultat positif, ce qui est déjà un bon résultat²⁸ ». Bianchetti indique que la commune a une dette par habitant supérieure au niveau du canton du Tessin, mais inférieure à celle des deux autres communes de la vallée. En ce qui concerne l'aspect fiscal, le maire de Serravalle fait remarquer que les principaux contributeurs sont des personnes physiques, qui garantissent un chiffre d'affaires d'environ 3 millions de francs, alors que les personnes juridiques se limitent à 300 000 francs. Luca Bianchetti précise que le montant total investi par la municipalité sur une période de quatre ans avoisine les 12 millions de francs : « Ce n'est pas rien pour notre réalité. Mais dès que nous dépassons ce chiffre, nous nous retrouvons un peu "à terre"²⁹ ».

L'introduction de la nouvelle politique économique régionale a été un important facteur de changement pour le contexte économique de la région. Comme expliqué par le canton, cette loi consiste en un

(...) modèle de soutien au développement économique fondé sur la logique du système, favorisant ainsi les activités de mise en réseau et le soutien aux conditions pré concurrentielles - stimulant en particulier l'innovation,

²⁶ « Come tutti i comuni delle nostre dimensioni, Serravalle si trova in perequazione finanziaria. (...) negli ultimi due consuntivi ha registrato un risultato positivo; questo è già un buon traguardo. » (Traduction personnelle)

²⁷ Traduction personnelle

²⁸ Traduction personnelle

²⁹ Traduction personnelle

le transfert de technologies et l'amélioration des conditions-cadres - tout en assurant la coordination avec les autres politiques et lois sectorielles³⁰ » (Dipartimento delle finanze e dell'economia, 2015).

Plusieurs activités menées par l'institution « Ente Regionale per lo Sviluppo » tombent sous le coup de cette loi. Le canton du Tessin (en accord avec la Confédération) définit tous les quatre ans un programme stratégique avec une série d'objectifs à atteindre, comme le confirme Dante Caprara. Actuellement, comme spécifié par le même Caprara, le programme défini par le canton prévoit trois axes : le tourisme, le repositionnement des régions périphériques (Masterplan) et le repositionnement des PME. Sur la base de ces objectifs, l'ERSBV définit sa propre stratégie, qui comprend plusieurs processus relevant de ces trois axes.

Caprara explique que l'ERSBV est l'une des quatre entités de ce type présentes dans le canton. Cet organisme est une association de droit privé et ses membres sont les municipalités et les patriciats de la région. L'institution traite des questions liées à la politique économique régionale telles que le développement économique, la préservation du territoire et la valorisation du patrimoine (historique, naturel et paysager). Le travail de l'ERSBV est dicté par un mandat d'exécution cantonale, qui prévoit les objectifs à atteindre. Dante Caprara ajoute que « l'institution dispose également d'un fonds de deux millions de francs sur quatre ans pour des projets de petite et moyenne dimension partiellement financés par des contributions cantonales et communales³¹ ».

En ce qui concerne le concept d'antenne pour la Valle di Blenio, Caprara explique que tout est né de la nécessité de renforcer la vallée et de définir les priorités et les projets à promouvoir selon une logique de développement et de collaboration (Masterplan de la Valle di Blenio). Le responsable de l'antenne *blenieuse* précise que ce Masterplan est utilisé pour mieux guider ce concept. Cette stratégie est appuyée par le département des Finances et de l'Économie du canton du Tessin et a été précédée de différentes phases, caractérisées par plusieurs études.

3.3 OFFRE TOURISTIQUE ACTUELLE

Selon les données statistiques de 2018 de l'Annuaire statistique du Tessin (Repubblica e Cantone Ticino & al., 2018), résumé dans le tableau ci-dessous, la Valle di Blenio offrait 7 établissements hôteliers en activité et 133 lits. Au cours de l'année, 4 656 arrivées ont été enregistrées dans la vallée, dont 552 visiteurs étrangers. Les nuits ont été 8 433, dont 1 017 de l'étranger. La durée moyenne de séjour était de 1,8 jour. Les données de la Valle di Blenio, sans tenir compte de Biasca, en ce qui concerne l'offre touristique (établissements, lits et chambres) sont les plus basses de tout le canton du Tessin. Les chiffres de l'annuaire

³⁰ Traduction personnelle

³¹ Traduction personnelle

statistique du Tessin nous aident à comprendre en quoi le tourisme dans la Valle di Blenio est pauvre en infrastructures hôtelières.

Tableau 4 Offre touristique, demande touristique, en fonction de l'origine des clients, et durée moyenne de séjour dans le secteur hôtelier, par région et région touristique, au Tessin, en 2018 (établissements ouverts)

	OFFRE TOURISTIQUE			DEMANDE TOURISTIQUE				DURÉE MOYENNE DU SÉJOUR (JOURS)
	Établissements	Lits	Chambres	Arrivées	Dont de l'étranger	Nuitées	Total	
TESSIN	323	15'582	7'790	1'098'200	442'426	2'270'801	876'206	2,1
Région Bellinzona e Alto Ticino	53	1'968	966	120'718	55'267	182'525	77'313	1,5
Bellinzona	19	966	496	66'472	27'040	103'798	38'346	1,6
Biasca	4	156	70	6'061	2'888	10'579	5'229	1,7
Blenio	7	133	61	4'656	552	8'433	1'017	1,8
Leventina	23	714	338	43'529	24'787	59'715	32'721	1,4
Région Lago Maggiore e Valli	145	6'568	3'260	430'855	92'966	1'063'271	253'318	2,5
Gambarogno	9	292	140	10'929	1'414	35'393	3'427	3,2
Lago Maggiore	104	5'644	2'830	395'385	85'917	978'050	238'874	2,5
Tenero e V. Verzasca	13	328	144	14'238	3'871	29'663	7'489	2,1
Vallemaggia	19	304	146	10'303	1'764	20'165	3'528	2,0
Région Lago di Lugano	100	5'906	2'993	487'950	263'879	922'634	495'192	1,9
Lugano	82	5'183	2'644	451'840	254'807	826'367	473'476	1,8
Malcantone	18	723	348	36'110	9'072	96'267	21'716	2,7
Région Mendrisiotto	25	1'140	571	58'677	30'314	102'371	50'383	1,7
Mendrisiotto	25	1'140	571	58'677	30'314	102'371	50'383	1,7

Source : Statistica della ricettività turistica (HEST), Ufficio federale di statistica, Neuchâtel; elaborazione Ufficio di statistica, Giubiasco (Traduction personnelle)

Pour confirmer ces données, il existe également une analyse ordonnée en 2013 par le département des Finances et de l'Économie du Canton du Tessin. Ce rapport décrit le niveau des infrastructures touristiques d'accueil *bleniese*: « Faible nombre de lits par établissement, nombre de nuitées par établissement inférieur à la moyenne, nombre réduit de clients par habitant, faible utilisation, durée de séjour inférieure à la moyenne.³² » (Medici, Stoppa, & Rütter-Fischbacher, 2014). Dante Caprara fait remarquer que, comme il y a peu d'hôtels ouverts et donc peu de nuitées, ce secteur est très sensible et la fermeture ou l'ouverture d'un lieu public implique une grande influence sur les données statistiques. Il est important de préciser en quoi les données du tableau ci-dessus concernent uniquement le secteur hôtelier ; actuellement, l'offre concernant l'accueil touristique *bleniese* se compose également de structures pour groupes (par exemple le centre Pro Natura à Acquacalda et la Casa Cristallina à Campo Blenio)

³² « Scarso numero di posti letto per stabilimento, pernottamenti per stabilimento sotto la media, pochi ospiti pro-capite, scarso utilizzo, durata del soggiorno sotto la media. » (Traduction personnelle)

et des cabanes du Club Alpin Suisse. Pour ces dernières, la plateforme « CapanneTi » a été créée cette année, visant à faciliter la réservation et leur promotion (« Le capanne a portata di clic », 2019). Au cours des dernières années, plusieurs *Bed & Breakfast* ont également été créés dans la vallée ; ces types de services se trouvent dans les municipalités de Serravalle et de Blenio. Les respectifs maires ont confirmé l'appréciation de ces structures, soulignant toutefois les dimensions limitées.

Claudia Boschetti Straub, en ce qui concerne la problématique des structures, met l'accent sur les gens : selon Boschetti Straub en fait la question des établissements est un problème important, car il est difficile de trouver des personnes disponibles à gérer une telle structure. La raison de ce manque est, selon la maire, le fait que les établissements publics existants ont été toujours caractérisés par une gestion familiale, et aujourd'hui sont arrivés à la fin d'une génération ; la succession de père en fils aujourd'hui ne fonctionne plus et il n'est pas facile de changer de directeur. Claudia Boschetti Straub précise que, selon elle, des secteurs d'activité comme la restauration, l'hôtellerie et le tourisme sont perçus comme une catégorie professionnelle de la seconde classe ; pour l'opinion publique, une personne qui s'engage pour gérer un bar ou un restaurant est vue comme si c'était en dernier recours. Boschetti Straub considère que ce type de métiers ne sont pas tellement valorisés et ce fait est négatif, car ils représentent un secteur dont la vallée nécessite ; dans sa municipalité, le problème est encore plus accentué, étant au sommet de la vallée.

Edgardo Mannhart, ancien directeur de l'office de tourisme local *Blenio Turismo* (fusionné en 2015 avec trois autres organismes régionaux, donnant forme à l'actuel OTR-BAT), interrogé dans le cadre de ce travail de recherche, analyse la situation des infrastructures de la vallée :

La question liée au concept de la chaîne de services est fondamentale. C'est possible de disposer d'un excellent produit, peut-être même exceptionnel, mais s'il n'y a pas le reste.... Il apparaît donc clair que des stratégies sont nécessaires. À l'époque, par exemple, nous ne pensions qu'à l'hiver et maintenant, avec le changement climatique, il est nécessaire de tout revoir. Même les infrastructures ont subi des changements : avant le visiteur était satisfait avec un lit mais aujourd'hui, si tout n'est pas parfait, personne ne vient !³³

Le fait de n'offrir qu'un *produit* (le territoire) et non des services connexes est un facteur limitant pour une station touristique. Selon Kotler, Bowen, & Makens (2010, p. 29), le fait d'offrir des services supplémentaires est un devoir fondamental pour une entreprise touristique.

Pour la Valle di Blenio, le secteur du tourisme est depuis quelques années l'espoir de l'incitation à un développement économique définitif : « Pour l'avenir de la vallée, l'accent est

³³ Traduction personnelle

mis sur le tourisme. De gros efforts ont été faits pour son développement été comme hiver.³⁴ » (Bruno Grata & al., 2011, p. 47). Cependant, l'ancien directeur du Nara, Gianluca Lepori, est sceptique quant à la situation touristique actuelle. Selon Lepori, celui appliqué aujourd'hui dans la *Valle del Sole* (tout en précisant qu'il s'agit d'un problème qui concerne également d'autres localités), est un type de tourisme qui pèse lourdement sur l'organisme public, car il ne bénéficie pas d'un retour économique suffisant. L'actuel directeur d'*Ovronnaz Tourisme* justifie ses sentiments en expliquant comment les communes de montagne doivent aujourd'hui investir des sommes importantes pour assurer des loisirs aux citoyens. En vérité, conclut Lepori, ce devrait être exactement le contraire ; le tourisme devrait attirer les revenus des centres urbains et les redistribuer sur le territoire pour soutenir la démographie locale.

Les municipalités font de leur mieux à cet égard. Claudia Boschetti Straub, interrogée sur les activités touristiques de sa municipalité, a déclaré que beaucoup de choses bougent. L'une des principales attractions est la station de ski de Campo Blenio, pour laquelle une stratégie de conversion estivale est à l'étude. La maire signale également que le Centre Nordique de Campra décolle ; son inauguration aura probablement lieu en août 2019. Enfin, Boschetti Straub indique que les projets du Polisport et de l'Observatoire de Gorda sont en cours de préparation pour la collecte de fonds et le soutien du canton.

Le maire De Leoni considère que sa commune est touristiquement active : le fait d'avoir acheté il y a désormais quinze ans les remontées mécaniques de la station d'hiver du Nara pour lui garantir la survie le prouve. Cette station, précise le maire, « génère toute une série d'éléments autres que l'aspect lié au ski³⁵ ». De Leoni affirme également, en vue de l'avenir, qu'Acquarossa dispose d'un terrain pour construire un centre hôtelier touristique ; à cette fin, 2,4 millions de francs ont été investis pour l'acquisition et la planification. Le maire de Acquarossa considère que sa commune est la seule du canton à disposer de 25 000 mètres carrés à bâtir destinés au tourisme ; la municipalité tente donc d'investir, notamment parce que, selon De Leoni, sa municipalité est le centre de toute la *Valle di Blenio* et peut véritablement devenir un moteur pour la vallée, car elle pourrait contribuer à développer tout le reste.

Enfin, la municipalité de Serravalle fait également tout ce qui est en son pouvoir pour le tourisme : le maire Bianchetti précise que sa commune est peut-être la moins touristique de la *Valle di Blenio*. Bianchetti explique que la relation de Serravalle avec le tourisme est principalement liée à l'été, aux éléments de la Val Malvaglia et des zones de montagne de Semione et de Ludiano, qui sont très fréquentés. Il s'agit donc d'un tourisme lié à la randonnée

³⁴ « Per il futuro della valle si punta molto sul turismo. Grandi sforzi sono stati profusi per il suo sviluppo invernale ed estivo. » (Traduction personnelle)

³⁵ Traduction personnelle

et aux loisirs, car sur le territoire de Serravalle ne sont pas présentes des attractions touristiques comme un domaine skiable ou une patinoire. Bianchetti affirme qu'au sein de la municipalité, a été constaté que ce genre de tourisme a augmenté depuis ces dernières années. Par conséquent, de nombreux investissements ont été réalisés ; la commune a beaucoup aidé, par exemple, la *Filovia di Malvaglia*, qui représente un important portail d'accès pour la Val Malvaglia et apporte une grande aide pour le revenu des cabannes. Enfin, le maire Bianchetti passe deux mots sur l'initiative liée au concept du VTT en Valle di Blenio. Serravalle, en collaboration avec les deux autres municipalités de la vallée, a l'ambition de promouvoir ce projet, car, selon lui, « Le VTT est un sport qui connaît une croissance importante au niveau européen, a une masse énorme d'utilisateurs et, étant donné l'attractivité de notre paysage, nous avons décidé de nous concentrer beaucoup sur ça³⁶ ».

Dante Caprara reconnaît que le tourisme dans la vallée présente de nombreux potentiels, principalement liés au paysage, à son trésor culturel et historique. Caprara prend comme exemple la beauté des paysages de la Val Malvaglia, qui représentent selon lui un élément unique en son genre. Pour Caprara, le potentiel économique et touristique est donc considérable.

En ce qui concerne l'aspect culturel, le musée ethnographique de Lottigna apporte une contribution importante. Le curateur du musée, Cristian Scapozza, consulté dans le cadre de ce travail de recherche, déclare que le musée est une véritable petite entreprise ; il y a trois collaborateurs et le budget disponible (provenant des revenus du musée et du canton) est assez important. Le conservateur explique également que ce musée fait partie de l'offre touristique régionale grâce aux différentes offres culturelles proposées, avec une exposition permanente, une partie temporaire et une série d'activités sur le territoire. Cristian Scapozza explique que l'année 2018 a enregistré 2 450 entrées, un chiffre que le curateur du musée considère de tout respect en tenant compte de la taille de la structure. De plus, 711 personnes ont participé aux différentes activités proposées.

Le curateur *blenie* souligne l'importance de la contribution des membres du musée (356 en 2018, dont 296 entrées), car ce musée est géré par l'association qui porte le même nom. Les activités proposées par le musée en 2018 étaient 15 (en six mois d'ouverture) ; le curateur explique que ces initiatives permettent de maintenir l'intérêt élevé et de se démarquer du siège, situé dans une zone relativement éloignée des différents services.

Le musée, comme l'explique Scapozza, ne vise pas à une cible spécifique, car selon lui, ce concept est désormais obsolète, dans la mesure où il se concentre plutôt sur plusieurs types

³⁶ Traduction personnelle

de clients. Cependant, le Musée ethnographique de Lottigna enregistre de bons revenus grâce aux différentes visites d'écoles et d'adultes. L'objectif futur est d'accroître l'afflux de jeunes.

Dans le but de mieux illustrer la réalité du tourisme bleniese, ce travail propose une interview à Luca Bianchetti, maire de la commune de Serravalle et président de l'Organisation touristique régionale de Bellinzona et du Haut-Tessin. L'objectif de cet entretien est d'approfondir l'offre touristique de la vallée et de comprendre la stratégie appliquée par la OTR-BAT.

3.3.1 REGARD SUR LE TOURISME BLENIESE PAR LUCA BIANCHETTI, MAIRE DE SERRAVALLE ET PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA OTR-BAT

Quel est, à votre avis, le plus gros problème du tourisme *bleniese* aujourd'hui ?

Au niveau de Valle di Blenio, le gros problème que nous avons, c'est que nous réussissons à attirer les gens, mais nous ne réussissons pas à les faire rester chez nous ; c'est un gros handicap que nous avons, mais qui concerne généralement toute la région du Haut-Tessin. Ce sera l'une des défis de l'avenir, en essayant de trouver des entrepreneurs prêt à investir pour ça.

En ce qui concerne le tourisme, croyez-vous que le refus du Parc National ParcAdula ait été un message clair de la population ?

Les perspectives touristiques étaient là avant le vote pour ParcAdula et elles existent encore aujourd'hui. Je pense que ce n'est pas avec le parc que nous aurions ou non sauvé l'évolution future. Peut-être que des erreurs ont été commises dans la communication du projet à la population. En fait, les aspects qui auraient amené le parc n'étaient pas partagés par la population ... L'autre chose à noter est qu'il n'y avait pas que la Valle di Blenio qui a renoncé au parc, mais aussi d'autres municipalités de l'autre côté du Lucomagno. Ces municipalités ont donc vu plus de contraintes que davantages. Cependant, je suis convaincu que même sans le parc, nous avons aujourd'hui tous les atouts nécessaires ; il faut « seulement » pouvoir bien les utiliser.

Les potentialités du Tessin sont aussi les nôtres, et elles sont énormes ; l'axe nord-sud et le nord de l'Italie représentent un immense bassin dans lequel puiser. Nous devons être des attracteurs, nous faire connaître, émerger. Une fois que cela est fait, nous devons pouvoir faire en sorte que les gens se sentent bien en développant une certaine culture touristique et être capables de favoriser un possible retour de ces gens. Une personne heureuse parle bien d'une région et favorise l'arrivée de dix autres personnes. Une personne non satisfaite de l'expérience fait disparaître cent personnes ! Le tourisme vit également sur cet aspect, surtout aujourd'hui avec les nouvelles technologies. Une personne heureuse est le meilleur moyen de promotion. À cet égard, il est facile de comprendre que le fameux « clic » de mentalité de la population est encore incomplet.

Quels sont les objectifs futurs de IOTR ?

Le nouveau Business Plan pour les quatre prochaines années sera bientôt publié. Selon ce programme, les quatre principaux projets concernent l'hiver, la randonnée, le vélo et les châteaux. En tant qu'OTR, nous voulons fournir des services et des produits, ce qui fait actuellement défaut. Par exemple, créer des forfaits touristiques ; le visiteur qui arrive à Bellinzona pour visiter les châteaux parce qu'ils font partie du patrimoine de l'UNESCO et qu'ils sont facilement accessibles grâce à AlpTransit doit être acheminé par l'OTR vers des lieux d'intérêt tels que Airolo, Olivone, Negrentino ou Val Malvaglia, proposant éventuellement un forfait unique qui prévoit différentes activités et différents séjours. Je suis convaincu que ce sera l'un des atouts dont nous disposerons dans les années à venir.

Jimagine qu'en ce qui concerne l'avenir, la volonté c'est aussi celle de se concentrer beaucoup sur les concepts de VTT et de randonnée ...

Ce que nous voulons apporter à la Vallée di Blenio est une sorte de tourisme « doux ». Nous ne voulons pas du tourisme de masse, car nous ne saurions même pas quoi lui offrir ... Si nous pouvons faire revivre nos montagnes, garantir la survie de Nara et de Campo Blenio et surtout, aider un entrepreneur à ouvrir un hôtel ou, en tout cas, un centre de réception serait un grand succès pour nous. Pour ce faire, comme je l'ai dit précédemment, il est nécessaire que les particuliers y croient.

L'initiative « Bike Stop » a été mise en place. Elle permet aux restaurants de disposer d'un petit kit de réparation et d'un soutien pour le cycliste. Mais même dans ce cas, il faut ceux qui y croient ; la chancellerie municipale ne peut pas distribuer de chambres à air, car les samedis et les dimanches elle est fermée ! L'entrepreneur doit être réactif lorsque le cycliste est dans le besoin, peut-être même lui offrir un café ! Nous devrions vraiment faire ce saut en tant qu'entrepreneurs ... J'ai vu que quelque chose est en train de naître, nous commençons à croire en ces types de choses ; lentement, quelqu'un arrive. Cela semble petit, mais pouvoir proposer un petit garage pour nettoyer son propre vélo, changer un pneu et trouver des pièces détachées pourrait faire toute la différence grâce à l'effet bouche-à-oreille ! Si nous pouvions devenir la vallée du vélo de montagne, peut-être que quelqu'un viendrait chez nous et ferait venir d'autres personnes !

Le concept de VTT concerne-t-il également le Val Malvaglia ?

En Val Malvaglia il y a un itinéraire VTT officiel Suisse Mobile, qui part de Dagro, passe par Cusié et retourne à Dagro. Ce parcours est déjà actif depuis deux ans et est entré en service simultanément à celui de Bovarina. Le VTT en Val Malvaglia fonctionne ; La Filovia permet

aux amateurs de ce sport d'accéder facilement à ces sentiers et, sur les différents réseaux sociaux, de nombreuses vidéos de cette région ont été publiées par les utilisateurs. Le VTT est un atout qu'on essaye d'exploiter dans toute la vallée ; nous avons le parcours en Val Malvaglia, celui de Bovarina, maintenant il y en aura de nouveaux au Nara, où il y a aussi la volonté de créer des float-rail et des chemins plus difficiles qui posent toutefois des problèmes planificateurs. Le sentier 65, qui avant traversait le fond de la vallée, a été déplacé vers le haut, en passant par le Nara et la région au-dessus de Semione ; à cet égard, beaucoup d'argent a été investi ces dernières années.

Y a-t-il aussi la volonté de s'assurer d'impliquer plus étroitement la population dans le tourisme ?

Nous avons multiplié les contacts avec les institutions et avec ceux qui, en général, demandent. Nous sommes proactifs envers toute association ou autorité locale qui demande. Nous avons eu plusieurs réunions avec la municipalité de Blenio, la municipalité qui a le plus contesté la gestion de l'OTR au cours des quatre dernières années. À présent, le conseil municipal de Blenio a également proposé de créer une marque, un logo ; l'OTR a immédiatement montré sa volonté de trouver une solution. Je ne peux pas cacher que même pour cet aspect, il existe des restrictions légales pour les logos ; l'OTR ne peut pas créer de « sous-logos » et donc des « sous-régions », car son objectif principal est de promouvoir la région de Bellinzona et le Haut-Tessin. Cependant, nous avons trouvé des adresses pour créer des espèces de « sous-régions » sans aller casser ce que prévoit la loi supérieure. À mon avis, c'était un autre signe positif qui montrait que l'OTR était désormais plus proactif. Pour le gadget hypothétique, également proposé avec la marque, ce serait la même chose ; l'OTR pourrait donner un coup de main dans la réalisation, mais évidemment sur cet objet le nom de la région Bellinzonese et du Haut-Tessin apparaîtra, puisqu'il faut toujours respecter l'idée du Grand Conseil, qui prévoit la promotion d'une région entière et non d'une seule région.

Plusieurs personnes interrogées dans le cadre de cette recherche parlent du phénomène « Bellinzona-centrisme » : existe-t-il vraiment ?

À mon avis, il n'y a pas de phénomène de « Bellinzona-centrisme ». Il n'y a aucune raison de croire à ça, car si nous regardons ce qui a été fait dans la Vallée de Blenio pour aider les différentes associations, mais aussi au niveau de la promotion, la contribution n'est pas sous-estimée ! Si vous faites une comparaison avec la Leventina ou la Riviera, nous sommes clairement en avance de ce point de vue... Il est clair que nous ne dépassons pas Bellinzona, mais aussi parce que ce centre a la chance d'avoir une masse critique plus importante, les châteaux et divers événements internationaux ; tous ces éléments nécessitent plus d'attention

de la part de IOTR. Mais je dois dire que IOTR n'a pas oublié les vallées ! Si vous regardez ce qui a été fait, vous remarquez que l'OTR est présent pratiquement partout.

Je suis au courant de l'existence de IASCOBLE, l'association des municipalités de la Valle di Blenio. Cette entité traite-t-elle également du tourisme ?

Beba Grob, responsable OTR de la Valle di Blenio, participe à ASCOBLE. Grob assiste aux réunions, ainsi que le représentant de l'antenne Valle di Blenio du ERSBV, Dante Caprara. Ces deux personnes agissent en tant que trait d'union. ASCOBLE est un organe politique qui réunit les trois municipalités, les grands conseillers de la vallée et un représentant des patriciens. Dans le cas d'un projet lié au tourisme, cette association se préoccupe clairement. Comme mentionné, ASCOBLE a un rôle purement politique ; il peut traiter de questions liées au tourisme, ainsi qu'à la réforme hospitalière et aux projets d'intérêt dans la vallée... c'est un peu l'union des trois municipalités, qui traite les problèmes actuels. Par exemple, l'initiative « Bike-sharing » est entre les mains d'ASCOBLE, qui agit en tant que promoteur. L'aspect opératif est confié à Dante Caprara qui, en plus d'aider les projets promus par ASCOBLE, a également pour mission celle de soutenir les initiatives privées et d'ouvrir les portes vers le canton pour l'obtention de certaines aides. Je sais, par exemple, qu'il était très impliqué dans des projets liés au Centre Nordique de Campra et au nouveau Polisport.

Une personne interrogée dans ce travail a déclaré que l'entrée de la Valle di Blenio n'est pas la meilleure carte à présenter au visiteur ; êtes-vous d'accord avec cette affirmation ?

Je suis d'accord avec ceux qui disent que l'entrée de la Valle di Blenio pourrait encore être améliorée. La commune de Serravalle essaie depuis de nombreuses années de « nettoyer » cette zone, à tel point que nous sommes actuellement en phase d'expropriation. Ce n'est pas la volonté à faire défaut, mais il y a beaucoup de contraintes pour pouvoir acquérir les terres, et dans de nombreux cas la personne privée ne veut pas céder. Ce processus a pris des années ; le seul processus d'expropriation peut parfois durer cinq ou dix ans ! Mais la volonté est d'améliorer le paysage à court et moyen terme, notamment parce que nous sommes conscients du fait qu'à l'heure actuelle, l'entrée de la vallée n'est pas une grande carte de visite pour la région.

Toujours cette personne interrogée a pris comme exemple la structure « Centro Punto Valle » construite à Avegno et inaugurée en 2018 ...

Je connais bien la réalité d'Avegno ; lors de la création du « Centro Punto Valle », l'entrepreneur a été habile à croire dans le projet. Comme je l'ai déjà dit, ce n'est pas un devoir

de l'organisme public de faire une telle chose. Celui créé en Valle Maggia est une zone artisanale d'intérêt municipal ; il faudrait donc procéder à une urbanisation, une phase d'aménagement et la mise à disposition de la possibilité pour les entreprises de s'installer. La municipalité a ces rôles, mais il faut ensuite l'entrepreneur qui croit dans l'initiative. La réalité d'Avegno n'est pas très différente de la nôtre, il serait donc possible de faire quelque chose de similaire ! Dans l'infrastructure réalisée à Avegno, ils ont également pu inclure des services destinés à l'ensemble de la vallée, tels que l'office de tourisme. La nôtre est actuellement à Olivone ; ce serait difficile, selon moi, de transférer ce service à Serravalle.

Le Sun Valley Festival est une manifestation en pleine croissance ces dernières années. Cet événement génère-t-il des répercussions économiques pour la région ?

Le Sun Valley Festival dans son entourage fait beaucoup. En ce qui concerne les répercussions locales, je ne peux pas dire s'il y en a ; pour les organisateurs [l'association Asilo Beach, ndr.] sûrement, et indirectement c'est la communauté qui en profite puisque, avec les recettes du festival et du carnaval, cette association parvient à soutenir de nombreuses autres activités. Asilo Beach est très active dans la région et cela est très important pour nous et pour de nombreux autres événements. En revanche, il est difficile de dire si ce festival apporte quelque chose au niveau des nuitées, car il est destiné à une cible de jeunes qui aiment rester près du Sun Valley Festival dans des tentes. Un aspect positif est que cet événement lance et promeut le nom de la Valle di Blenio et de la commune de Serravalle.

4. ENQUÊTE

Afin de mieux comprendre le contexte économique actuel de la Valle di Blenio, une enquête qualitative a été menée auprès de la population et des institutions impliquées dans la réalité économique de la vallée. Le fait d'interroger ces deux types de parties prenantes a permis de mettre en évidence les différences substantielles entre publique et privé dans la conception de l'économie, du tourisme et des perspectives d'avenir de cette vallée du Tessin.

4.1 MÉTHODOLOGIE

L'enquête réalisée dans ce travail est de type qualitatif. Les entretiens ont été menés de manière semi-directive pour permettre à la partie prenante interrogée de pouvoir s'exprimer librement sur les sujets traités, mais aussi pour sortir du guide et aborder des thèmes parallèles pouvant être utilisés pour une analyse à 360 degrés du sujet. Le guide d'entretien (annexe II) comprend cinq questions de base.

Afin de garantir une représentation correcte, ont été réalisés quinze entretiens. Le premier critère de choix de l'échantillon a été le degré d'implication de la personne interrogée dans les secteurs de l'économie et du tourisme ; à cet égard, huit personnalités actuellement actives dans ces domaines (soit à niveau public soit à niveau privé) ont été interrogées. Enfin, des personnes liées au monde politique du passé et du présent, ainsi que des habitants de la vallée de différents états civils, sexe, âge et occupations professionnelles ont été interrogés.

Les entretiens ont tous été réalisés sur rendez-vous avec le répondant. Avant de commencer l'entretien, il a toujours été demandé à la personne interrogée de signer une décharge rédigée par l'auteur de ce travail (annexe III), afin de l'informer du contenu du travail de recherche ainsi que de la méthode de traitement des données et des informations fournies. Il a ensuite toujours été demandé la permission de enregistrer la conversation pour faciliter le processus de transcription. Une fois transcrise, l'interview a été envoyée aux respectifs répondants afin de garantir la transparence et de donner la possibilité de confirmer ou de corriger certains aspects avant la publication de l'œuvre.

Les réponses aux cinq questions de base présentes dans le guide d'entretien ont été incluses de manière anonyme dans les annexes (XXIX – XXXXIV) du présent travail de recherche, tandis que les autres suggestions ont été insérées avec le nom de l'auteur respectif (annexes XV – XXVIII) (sur demande explicite).

Pour des raisons pratiques, le guide des entretiens et les entretiens eux-mêmes transcrits dans la langue d'origine sont rapportés en annexes. En revanche, les analyses ont été réalisées en langue française comme le reste du travail.

4.2 ANALYSE

Pour effectuer une analyse correcte de l'enquête qualitative effectuée, les cinq questions fondamentales ont été décomposées. En tant qu'interviews anonymes, les noms ne sont pas explicitement mentionnés. En revanche, les différentes réponses sont classées en fonction des différentes caractéristiques de l'interviewé, voire par exemple la fonction (publique plutôt que privée) ou l'âge.

QUESTION 1) COMMENT CONSIDÉREZ-VOUS LA SITUATION TOURISTIQUE ACTUELLE DANS LA VALLE DI BLENIO ?

De manière générale, le bilan global du tourisme *bleniese* actuel établi par les répondants est plutôt négatif. Certaines des interviewés, y compris une personne active dans le tourisme et une personnalité politique, ont même affirmé que la vallée n'a jamais connu une situation aussi critique. Les personnes interrogées attribuent ce jugement au vu du potentiel existant dans la Valle di Blenio : pour la plupart des répondants, les atouts ne sont pas suffisamment exploités. Parmi les différentes vertus de la vallée mentionnés pour justifier ce jugement, le patrimoine territorial et le trésor culturel émergent en particulier. En ce qui concerne le territoire, de nombreuses personnes interrogées, en particulier les hommes politiques, définissent l'absence de autoroute et de ligne ferroviaire comme un avantage.

Un autre aspect important sur lequel la plupart des personnes interrogées s'accordent est le manque de structures d'hébergement. Les privés, en particulier, mettent l'accent sur cette lacune, mais n'en examinent pas à fond les raisons. Certains répondants, actifs surtout dans le secteur public, émettent l'hypothèse que l'absence presque totale de structures d'hébergement est due à la faible culture d'accueil présente dans la population *bleniese*. Le manque d'esprit d'entreprise dans la vallée est un autre aspect qui ressort des différentes interviews, notamment des personnes engagées dans le monde politique. Certaines personnes affirment que la succession familiale pour la gestion des établissements publics est terminée ; aujourd'hui les ambitions des gens sont autres.

Plusieurs répondants, en particulier des personnes actives dans la vie politique et qui ont été impliquées dans le projet, ont rappelé le ParcAdula avec déception. Pour ces acteurs, le parc national aurait pu être une opportunité de développement régional, car il aurait permis à la vallée de se différencier, d'être plus visible et surtout de recevoir de précieuses subventions.

Une jeune personne interrogée, active dans le secteur du tourisme, a déclaré qu'après le rejet du projet, il a constaté une certaine désillusion de la part de la population en général.

Malgré un jugement global qui n'est certainement pas passionnant pour la situation touristique actuelle dans la Vallée di Blenio, pratiquement toutes les personnes interrogées voient des signes positifs pour l'avenir de la vallée. Nombreux d'entre eux évoquent le mouvement lié au VTT et placent de grands espoirs dans le nouveau Centre Nordique de Campra. De plus, toutes les répondantes et tous les répondants s'accordent sur le fait que la vallée devrait être axée sur le tourisme durable à l'échelle humaine et éviter les projets mégalomanes.

En résumé, la population a généralement une perception négative de la situation touristique actuelle dans la Vallée di Blenio, mais reste néanmoins confiante par rapport aux différents projets en cours. Dans cette première question, des divergences de vues commencent à apparaître entre les privés et les personnes exerçant des activités dans le secteur public : les premiers citent les points négatifs sans chercher à en comprendre les raisons, tandis que les deuxièmes font preuve d'un certain scepticisme quant à la contribution de la population à ce secteur, aspect lié à la deuxième question de l'entretien.

QUESTION 2) COMMENT JUGEZ-VOUS LAPPROCHE DE LA POPULATION EN MATIÈRE DE TOURISME ?

Comme dans le cas de la première question, même en ce qui concerne l'attitude de la population *bleniese* envers le tourisme, le jugement des répondants est globalement négatif. En fait, des aspects tels qu'un manque d'ouverture et un manque substantiel de mentalité touristique émergent. Selon certains membres du monde politique interrogés, ces aspects sont dus à un certain héritage du passé. Une grande importance est également accordée à la spécificité de l'attitude, que certains définissent avec le terme de « maladie de Calimero », en raison de la propension à se plaindre constamment.

Il est important de souligner qu'un avis particulièrement négatif a été exprimé par les jeunes. En effet, selon eux, de nombreux *bleniesi* considèrent le tourisme comme un élément d'invasion, de menace. Les jeunes considèrent toujours qu'il existe une certaine méfiance vis-à-vis des changements, en particulier si ceux-ci affectent directement les intérêts des habitants. Un jeune homme actif dans le secteur du tourisme affirme que, selon lui, la population tend à l'individualisme.

Contrairement à l'opinion des jeunes, les personnes plus âgées soulignent que, de ce point de vue, la situation s'est considérablement améliorée. Malgré cela, certains environnements

suscitent encore un certain scepticisme envers les touristes. Un manque de connaissance du territoire en général est également souligné. À cet égard, certains répondants ont déclaré qu'il faudrait peut-être commencer à sensibiliser les jeunes au tourisme dans les écoles.

Certaines interviewés parlent également du faible sentiment d'unité de la population ; il y a toujours un discret esprit de clocher, et les épisodes de discorde abondent. À cet égard, certains répondants reprennent l'exemple du projet ParcAdula.

Les opérateurs actifs dans le secteur du tourisme soulignent que la vallée se trouve probablement dans une zone économique favorable ; ce fait n'incite pas à une certaine initiative et limite les ambitions, car dans l'ensemble les gens jouissent d'une bonne situation économique.

Les personnalités politiques se concentrent sur le rôle que la population devrait interpréter. L'initiative privée fait défaut, également en raison d'un manque d'aide financière. Certains soulignent que les acteurs impliqués dans le secteur et plusieurs jeunes sont proactifs, mais pour mettre en œuvre des projets, il est essentiel d'influencer tout d'abord des personnalités capables d'influencer positivement la population.

D'une manière générale, les résultats de l'enquête montrent que la contribution de la population au tourisme est jugée négativement. À manquer c'est avant tout l'initiative privée, l'ouverture vers le touriste et l'ambition de valoriser la vallée. Les représentants politiques et les opérateurs du secteur se sont lancés dans la proposition de recommandations ; selon eux, il est nécessaire de commencer à croire davantage au potentiel de la *Valle del Sole*, à être plus actifs et dynamiques et comprendre finalement que le tourisme représente une opportunité de développement et pas une menace.

QUESTION 3) QUELS SONT LES RESSOURCES / PROJETS CLÉS POUR L'AVENIR DE LA VALLE DI BLENIO ?

Par rapport aux deux premières questions, dans ce cas, les résultats fournis par les entretiens montrent de plus grandes divergences. À émerger sont surtout deux types d'avis : ce qui voit la seule possibilité de développement économique de la vallée dans une relance du centre thermal de Acquarossa (ou en tout cas dans la réalisation d'un centre d'attraction touristique dans cette commune) et ce qui soutient les projets en cours.

Pour cette question, aucune similitude n'a été trouvée dans les réponses données par le même groupe d'âge ou la même activité économique. En général, il est toutefois possible d'affirmer que les jeunes, probablement à cause du fait de ne pas avoir vécu les vicissitudes des anciens projets, n'attachent pas la priorité à la relance de l'activité thermale à Acquarossa.

À cet égard, une jeune femme affirme que le marché thermal est presque saturé et que la concurrence ne manque pas, même au Tessin. Par conséquent, ce projet ne garantirait pas de succès.

À soutenir un hypothétique nouveau centre thermal à Acquarossa sont donc des répondants plus âgés, qui justifient cette position par le fait qu'un tel centre faciliterait le développement de l'ensemble du secteur économique *bleniese*. De plus, selon les « promoteurs » de ce centre thermal, ce type d'attractivité ne serait pas affecté par l'influence météorologique et garantirait un fonctionnement tout au long de l'année.

La construction d'un nouveau centre d'intérêt touristique à Acquarossa est déclinée de manière différente par deux personnes interrogées, toutes deux actives dans le secteur. Le premier serait favorable à la construction d'un centre hôtelier touristique, tandis que pour le second une station balnéaire devrait être aménagée. Dans les deux cas, la structure devrait selever dans le sol destiné aux bains thermaux, au-dessous des écoles, et pourrait aussi relancer le marché du logement secondaire. Enfin, c'est intéressant mentionner l'opinion d'un jeune homme, pour qui la réalisation d'un projet phare (il ne précise pas lequel, mais inclut également la possibilité des thermes à Acquarossa) doit être réalisée pour servir de locomotive au reste de la vallée.

Ceux qui soutiennent des projets en cours se concentrent principalement sur deux initiatives : le nouveau Centre Nordique de Campra, selon lesquels il pourra apporter une contribution importante au tourisme dans la *Valle del Sole*, et le concept de mobilité lente, constitué de VTT et de la randonnée. En ce qui concerne la structure de Campra, les personnes interrogées qui citent cette œuvre ont déclaré que ce centre développera des synergies intéressantes avec la structure Pro Natura à Acquacalda, et pourra donc également fonctionner pendant la saison estivale, en représentant une sorte de moteur pour toutes les activités économiques de la vallée. Selon les « supporters » du VTT et de la randonnée, ces deux concepts constituent d'excellentes possibilités de développement au vu de la beauté du territoire et des sentiers.

Enfin, une minorité de répondants propose deux possibilités de développement touristique de la vallée, qui vont un peu plus loin que la majorité des réponses fournies. L'une concerne la création de forfaits visant à accroître l'attractivité de l'offre touristique *bleniese*. Selon leurs « promoteurs », cette action est nécessaire car le Tessin contient de nombreux centres d'intérêt dans une zone géographique restreinte, et les visiteurs ne craignent pas le fait de devoir se déplacer même quelques heures pour atteindre une certaine attraction. La deuxième proposition concerne le renforcement et la valorisation de la gastronomie locale. À cet égard,

une jeune personne interrogée a déclaré qu'il faudrait faire pression pour intégrer le concept de « slow food ». Selon elle, en effet, cette marque permettrait une meilleure promotion des produits locaux et augmenterait la visibilité de la région.

Enfin, ceux qui « comprennent » les difficultés de IOTR nous font tous remarquer que la fusion n'a pas été commise par l'organisation mais par la nouvelle législation sur le tourisme. Malgré les difficultés, ces interlocuteurs soulignent en quoi les récents changements survenus au sein de la direction et du conseil d'administration pourront aboutir à des résultats positifs.

QUESTION 4) COMMENT JUGEZ-VOUS LE TRAVAIL DE L'ORGANISATION TOURISTIQUE RÉGIONALE ?

Les répondants interrogés sur le travail de IOTR sont divisés en trois groupes de réponses principaux : négatif, positif et « compréhensif ». Enfin, une minorité a déclaré qu'elle ne pouvait être en mesure d'exprimer une opinion car elle n'était pas bien informée de l'évolution de la question des OTR au cours des dernières années.

La plupart de ceux qui se sont exprimés négativement sur le travail de l'organisation touristique tendent à faire une comparaison directe avec l'organisation *Blenio Turismo*, active avant la création de IOTR. Ces répondants ont mis en évidence plusieurs problématiques ;

- les besoins différents entre le centre de Bellinzona et les autres vallées
- le manque apparent de connaissance du territoire et de présence sur le même ; ces lacunes compromettraient le niveau d'assistance aux visiteurs
- l'absence d'objectifs communs pour les régions de Bellinzona et du Haut Tessin
- la perte d'autonomie par rapport à l'ancienne organisation et la réduction de différents soutiens aux réalités locales
- le problème structurel de l'organisation, ainsi que le manque d'unité de but avec les municipalités

Certaines de ces répondants ont également déclaré que, selon eux, le phénomène de « Bellinzona-centrisme » pourrait exister, du moins qu'il existe une perception de son existence de part de la population. Ce phénomène prévoirait l'investissement du revenu dû à la taxe de séjour pour la promotion des châteaux de Bellinzona et non une répartition des ressources sur l'ensemble de la région.

Les répondants qui considèrent que la contribution de IOTR est bonne estiment qu'en général la population a tendance à critiquer, même si en réalité ce n'a pas été la faute de IOTR si les quatre organismes touristiques ont été fusionnés. Une jeune personne interrogée a

également déclaré que Bellinzona peut faire la différence dans la mesure où elle représente un excellent attracteur qui peut ensuite « distribuer » les visiteurs dans toute la région.

Enfin, un petit groupe de personnes interrogées sont moins négatif « compréhensif » : son jugement est en partie négatif, mais il est conscient que le blâme ne peut être attribué à IOTR lui-même. Ces personnes soulignent que ces quatre premières années d'existence de l'organisation, marquées par une certaine confusion, ont constitué une sorte de cambriolage, une enfance qui a entraîné des difficultés. Pour eux, le fait que le travail de IOTR soit jugé négativement est dû à la gestion faite par *Blenio Turismo*, qui avait une approche plus locale, supportait même les petites réalités et était bien vu en conséquence par la population.

QUESTION 5) LE CANTON SUBVENTIONNE-T-IL SUFFISAMMENT LA VALLE DI BLENIO POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ?

Le sentiment général concernant le soutien du canton au tourisme *bleniese* est positif. La plupart des personnes interrogées soulignent qu'en présentant un projet sérieux avec une approche motivée, un financement est normalement accordé. À être de cet avis sont principalement deux « groupes interviewés » ; les politiciens et les professionnels du secteur touristique, qui connaissent bien la réalité. Au lieu de cela, les jeunes dénotent un manque de connaissance du sujet ; beaucoup parmi eux ont en effet préféré ne pas s'exprimer sur la question, même si l'on a dénoté une certaine perception négative des montants octroyés par le canton.

Comme mentionné précédemment, le monde politique est pratiquement d'accord pour dire que le soutien du canton aux différents projets doit être considéré comme positif. À cet égard, beaucoup d'entre eux prennent l'exemple du Centre Nordique de Campra, qui a bénéficié de nombreuses subventions cantonales. Toujours selon les acteurs politiques, à faire défaut sont plutôt les personnes qui proposent des initiatives. À cet égard, une personnalité politique a affirmé que l'aide privée est plutôt faible et qu'elle n'encourage pas l'entrepreneuriat touristique. Un autre homme politique interrogé souligne qu'une grande fromagerie pourrait être construite pour promouvoir des produits locaux et diverses activités liées au monde agricole, mais que le manque d'unité des agriculteurs de la vallée ne le permet pas. En général, selon le monde politique, c'est l'approche qui fait la différence ; en faisant preuve d'unité et de conviction, il est possible de surmonter les difficultés et d'obtenir un soutien. Selon les politiciens, parmi certains groupes d'habitants de la vallée, il existe toujours la conviction qu'il est possible de recevoir quelque chose sans demander, et que tout soit dû.

Les opérateurs du secteur touristique s'accordent pour dire que le canton soutient suffisamment la Vallée di Blenio dans ce secteur. À l'instar des hommes politiques, ces

personnes interrogées soulignent cependant la nécessité de proposer des projets sérieux et concrets. Trois problèmes ont été mis en évidence :

- la difficulté liée aux critères permettant de soutenir des projets de petite à moyenne taille (puisque, selon l'interviewé qui manifeste ce problème, ce type de projet ne semble jamais assez important pour être soutenu). Selon l'interviewé, ce problème est dû au passage de l'ancienne LIM (loi fédérale du 21 mars 1997 sur les aides à l'investissement dans les régions de montagne) à la politique économique régionale (NPR) en vigueur avec les différents organismes de développement régional
- la tendance à concentrer le soutien vers le centre (Bellinzona)
- l'accroissement de la bureaucratie, qu'il implique une perte de temps et d'argent

Enfin, l'opinion des particuliers va essentiellement dans le sens de ceux mentionnés précédemment. Certains d'entre eux soulignent encore une fois l'occasion manquée représentée par le projet ParcAdula, qui aurait garanti d'importantes subventions. Les répondants qui considèrent le soutien cantonal comme insuffisant justifient leur opinion par le fait que les autorités cantonales devraient accorder plus d'argent compte tenu des résultats récents du budget cantonal, en particulier en faveur de structures visant à améliorer la qualité de vie des résidents.

4.3 TABLEAU RÉCAPITULATIF

Le travail propose ci-dessous un tableau récapitulatif de l'enquête qualitative réalisée, afin de faciliter la compréhension des différences de perception de la population sur les différentes questions. Les répondants sont divisés selon leurs principales caractéristiques : opinion générale, hommes politiques, opérateurs du secteur touristique, les privés plus jeunes (21-40 ans) et les privés plus âgés (41-70 ans). Lorsqu'il y a un trait d'union dans un groupe de personnes interrogées, cela signifie qu'il n'y a pas unanimité dans les réponses données.

Tableau 5 Analyse synthétique de l'enquête qualitative

	OPINION GÉNÉRALE	POLITICIENS	OPÉRATEURS TOURISTIQUES	PRIVÉS (20-40 ans)	PRIVÉS (41-70 ans)
QUESTION 1	Bilan global plutôt négatif Potentiel existant pas suffisamment exploité Signes positifs : VTT, Centre Nordique Campra Tourisme durable, pas grands projets Manque de structures d'hébergement	Déception pour le ParcAdula Absence d'autoroute et d'axe ferroviaire évalué comme un avantage Manque d'esprit d'entreprise	-	-	-
QUESTION 2	Jugement globalement négatif	Manque d'ouverture et de mentalité touristique, dus à un héritage du passé Manque d'initiative privée, en raison d'un manque d'aide financière Opérateurs et jeunes sont proactifs	Vallée dans une zone économique bonne qui n'incite pas à une initiative et limite les ambitions	Avis particulièrement négatif Nombreux <i>bleniesi</i> considèrent le tourisme comme une menace Existe toujours une méfiance vis-à-vis des changements qui touchent les intérêts des habitants	Situation considérablement améliorée Des environnements suscitent encore scepticisme Manque de connaissance du territoire Sensibiliser les jeunes dans les écoles
QUESTION 3	Grandes divergences : <ul style="list-style-type: none">Relancement du centre thermal de Acquarossa (ou centre d'attraction touristique)Soutien aux projets en cours	-	Un opérateur propose une station balnéaire, toujours sur le terrain destiné aux bains thermaux	Pas de priorités à l'activité thermale à Acquarossa Une jeune personne propose le concept de <i>slow-food</i>	Nouveau centre thermal à Acquarossa Pas d'influence météorologique Fonctionnement pendant toute l'année
QUESTION 4 ::	Trois types de réponses : négatif, positif et compréhensif Comparaison avec <i>Blonio Turismo</i> Phénomène <i>Bellinzona-centrisme</i> pourrait exister	-	-	-	-
QUESTION 5	Sentiment général positif présentant un projet sérieux avec une approche motivée, un financement est accordé	Centre Nordique de Campra a bénéficié de nombreuses subventions personnes ayant des initiatives faisant défaut	• Difficultés liées aux critères de soutien • Tendance à se concentrer vers le centre • accroissement de la bureaucratie	Manque de connaissance du sujet Perception négative des montants octroyés par le canton	-

5. PROJETS DE LA VALLE DI BLENIO

Le développement du tourisme dans une région n'est possible qu'avec la mise en œuvre d'initiatives, comme le confirme Violier (2008, p. 80) « La mise en tourisme repose sur le projet d'un ou de plusieurs acteurs ». Le cas de la Valle di Blenio ne fait certainement pas exception. Comme déjà vu dans la section consacrée à l'histoire économique de la *Valle del Sole* (point 3.1), de nombreux travaux et propositions ont été faits pour attirer les visiteurs dans la région, dans le but ultime de générer des revenus. Toujours selon Violier (2008, p. 79) une initiative touristique visant à développer une région doit s'aligner aux principales activités prévues par le secteur du tourisme, à savoir l'aspect ludique, éducatif et de détente.

La réalisation d'un projet n'est jamais facile, surtout dans le tourisme. Dans son livre, Hunziker (2011, p. 79) explique qu'il n'existe pas une solution standard, car chaque destination touristique a un contexte différent. Le même auteur souligne qu'il ne suffit pas de copier, mais qu'il est nécessaire d'adapter l'offre aux conditions présentes.

Dans cette section, seront analysés d'abord trois projets majeurs qui n'ont jamais été réalisés. Ces projets auraient pu favoriser le développement économique à long terme de la vallée, mais, pour diverses raisons, ils ne se sont jamais concrétisés. L'analyse des causes des réalisations manquées permettra par la suite de mieux comprendre la faisabilité des projets prévus, également étudiés dans ce chapitre.

5.1 PROJETS PASSÉS

Après les cinq « années noires » (1968-1973) de l'histoire économique de la Valle di Blenio qui ont conduit à la fermeture de trois importantes infrastructures, à savoir les thermes de Acquarossa, la ligne ferroviaire Biasca-Acquarossa et la Cima Norma, la région est entrée dans un tunnel caractérisé par une initiative entrepreneuriale rare qui a entraîné une stagnation lente et constante du développement économique *blenie* (voir point 3.1). Plusieurs projets ont été ensuite lancés, mais ils ne se sont jamais concrétisés en raison de divers facteurs.

Pour mieux analyser la faisabilité des projets prévus et définir les stratégies viables pour l'avenir du tourisme dans la *Valle del Sole*, il convient donc de comprendre les raisons qui ont conduit à l'échec ou au rejet de projets antérieurs. À cet égard, ce travail propose l'approfondissement des trois plus grands projets jamais réalisés : Le Centre Thermal de Acquarossa, le développement de la station de ski Nara et le projet du Parc Naturel National ParcAdula.

5.1.1 TERME DI ACQUAROSSA

Après la dernière fermeture en 1971 sous la direction de la famille Greter, l'eau rouge de l'homonyme municipalité a fait l'objet de plusieurs projets. Cette structure est toujours considérée comme une ressource importante susceptible de faire revivre le tourisme de la Valle di Blenio. Edgardo Mannhart, ancien directeur de l'office touristique *Blenio Turismo*, est de cette idée : « Je suis convaincu qu'il n'y a qu'une seule carte gagnante : les thermes de Acquarossa !³⁷ ». Dans son travail de fin d'études, Bounabe (2002, p. 78) souligne que les Thermes de Acquarossa développeraient la diversification de l'offre touristique *bleniese*, générant des revenus pour l'économie régionale, sans affecter le patrimoine territorial.

PROJET « FOUNDATION SVITAL » (1975)

Tarcisio Cima, collaborateur du magazine mensuel *Voce di Blenio* et grand connaisseur du tourisme *bleniese*, a toujours observé de près les vicissitudes liées au centre thermal Acquarossa. Il a également travaillé à l'Office cantonal des régions de montagne, ce qui lui a permis de développer ses connaissances en matière de tourisme. Cima, interrogé sur les différents projets liés à la relance de la structure, indique que le premier projet a été lancé en 1975, quatre ans après la fermeture, par un groupe d'investisseurs provenant d'Allemagne et d'Autriche. Ces investisseurs ont maintenu le contact avec la vallée par l'intermédiaire d'un groupe de trois habitants de la vallée, dont Leopoldo Pagani.

Le groupe d'investisseurs a acquis le terrain et a conclu un accord sur l'utilisation des eaux avec M. Greter, prévoyant des travaux d'un budget de 70 à 100 millions de francs et constituant ainsi une structure de 200 à 250 lits. En 1979, la société *Terme di Acquarossa SA* a été créée à cet égard. (Grata, Panzera, & Foletti, 2011, pp. 143–144). Tarcisio Cima rappelle que l'initiative semblait prometteuse et les terrains ont été acquis à Comprovasco :

Pendant ces années, de 1975 à 1976, il y avait le projet de construction de l'école élémentaire, prévu plus bas qu'aujourd'hui, près de la rivière. Des initiatives locales et cantonales ont été lancées pour refuser ce projet, car il fallait laisser ces terres à la disposition des thermes.³⁸

³⁷ « Io sono convintissimo che la carta vincente sia una sola; le Terme di Acquarossa! » (Traduction personnelle)

³⁸ « Proprio in quegli anni, dal 1975 al 1976, c'era il progetto della costruzione della scuola elementare, che era previsto più in basso vicino al fiume, e lì c'è stata l'iniziativa locale e cantonale per dire no a questo progetto, perché quel terreno bisognava lasciarlo disponibile per le terme. » (Traduction personnelle)



RAISONS DE LA NON-RÉALISATION

Tarcisio Cima explique comment, au début, le projet semblait pouvoir aller de l'avant, mais que dans quelques années, il était clair qu'il n'y avait pas de conditions pour le mettre en pratique. Selon le même Cima, les causes sont dues au manque de conviction des investisseurs ou peut-être aux petits fonds collectés. Dans leur livre, Grata, Panzera, & Foletti (2011, pp. 144–145) indiquent que le projet a été réduit en raison du manque d'investisseurs, ce qui a ramené le nombre de lits à 170 et à une dépense de 35 millions de francs. À ce stade, le projet semblait réalisable, grâce à diverses subventions du canton, de la Confédération et de la LIM. Selon les mêmes auteurs, toutefois, les différents journaux tessinois ont commencé à faire preuve de scepticisme quant au financement du groupe d'investisseurs germaniques. En 1987, le promoteur allemand du projet, Hans Joachim Kensing, décède et la société fait faillite.

La non-réalisation déçut Cima et de nombreux autres *bleniesi*, en particulier ceux qui avaient participé à l'expropriation des divers terrains nécessaires à la construction de l'ouvrage. Pour remédier à cela, les habitants de la *Valle del Sole* ont participé aux différents projets qui se sont succédé, mais qui n'ont jamais vu la lumière, car l'intrigue était toujours la même : arrivée d'investisseurs, manifestation d'enthousiasme, grands engagements suivis cependant d'un abandon soudain.

PROJET « CENTRO BENESSERE TERME ACQUAROSSA SA » (1995)

Tarcisio Cima rappelle que l'avant-dernier projet par ordre chronologique, celui dirigé par Beghjet Pacolli et Giorgio Giudici, a atteint un stade de développement très avancé. La société immobilière *Immobiliare Mabetex SA* (gérée par le même Pacolli et comptant parmi ses membres l'ancien maire de Lugano, Giorgio Giudici) a racheté le terrain en vue d'un investissement de 100 millions de francs, créant ainsi une structure de 200 lits et un hôtel cinq étoiles avec 150 lits (Grata & al., 2011, p. 147).

Ivo Gianora, ancien maire de la municipalité de Acquarossa, affirme avoir vécu de près le projet « Pacolli », ayant été maire de Leontica dans ces années-là. Comme Cima, Gianora se souvient également que le projet proposé semblait avoir été réalisé en très peu de temps. Grata, Panzera, & Foletti (2011, pp. 149–150) expliquent à quel point l'enthousiasme était élevé, à la fois au niveau de la population et au niveau politique. La société immobilière (qui a transféré le terrain en 1997 au centre de bien-être Acquarossa, spécialement créé pour le projet) a proposé le projet, signé par le célèbre architecte Mario Botta, au propriétaire des eaux puis à l'opinion publique.

RAISONS DE LA NON-RÉALISATION

Malgré l'enthousiasme, les travaux n'ont jamais commencé selon la planification prévue en raison des difficultés de la société ; le projet a été réduit, mais le bras de fer s'est prolongé jusqu'aux années 2000, en raison des conflits entre la société *Centro Benessere Terme Acquarossa SA* et le propriétaire des eaux Rinaldo Greter, qui se sont poursuivis au tribunal (Grata & al., 2011, p. 150). À cet égard, Ivo Gianora explique à quel point la question était complexe : le propriétaire était la société *Immobiliare Mabetex SA*, qui était en contact avec l'office de tourisme, qui à son tour était en contact avec les municipalités, qui avaient financé une avance... Greter a contesté la concession des eaux, ce qui n'a été résolu qu'en début 2010. La municipalité a ensuite procédé à l'acquisition des droits sur les terres et les eaux.

Le énième échec d'un projet de relance a impliqué une réflexion de la part de la population de la Valle di Blenio :

(...) la vallée a besoin de nouvelles impulsions pour le tourisme et l'économie, tout comme le côté économique, qui concerne toute une vallée, doit être mis au premier plan, exactement comme certains promoteurs courageux lavaient fait il y a tant dannées de la longue histoire du centre thermal de Acquarossa.³⁹ (Grata & al., 2011, pp. 150–151)

PROJET « ACQUAROSSA SPA RESORT »

En 2008, une étude de faisabilité a été réalisée par *Blenio Turismo* afin de mieux informer les nouveaux investisseurs. Plus tard, l'intérêt de Christoph Glutz, un ingénieur impliqué dans les thermes de Bad Ragaz, devint responsable du nouveau projet (Grata & al., 2011, p. 151).

Plus tard, comme l'a confirmé Gianora, il y a eu l'entrée dans le projet des investisseurs Ashoob Cook et Andreas Schweitzer. Ivo Gianora affirme que les premiers contacts ont eu lieu entre 2006 et 2007 et qu'il semblait que quelque chose de très important devait être fait (investissement de 100 millions). Pour Gianora, les conditions étaient là ; la planification a été approuvée et on a donc pensé que tout pouvait avancer.

RAISONS DE LA NON-RÉALISATION

Selon Tarcisio Cima, l'échec du projet « Acquarossa Spa Resort » était immédiatement prévisible. Pour l'ancien responsable du bureau des régions de Montagne, même Cook et Schweitzer, à l'instar des « investisseurs » précédents, ne disposaient pas des fonds

³⁹ « Come allora la valle necessita di nuovi impulsi per il turismo e l'economia; tanto quanto allora il lato economico, che riguarda un'intera vallata, deve essere messo al primo posto; esattamente come alcuni coraggiosi promotori avevano fatto tanti anni fa, all'inizio della lunga storia dello stabilimento termale di Acquarossa. » (Traduction personnelle)

nécessaires, mais agissaient uniquement en tant que promoteurs afin d'attirer d'importants prêteurs.

Cependant, Ivo Gianora voit un aspect positif dans cette histoire : « La dernière étape qui, à mon avis, était très appropriée est le fait que la municipalité a retiré le terrain. Mais objectivement, nous sommes au pied de l'escalier⁴⁰ ». Gianora conclut avec une considération qui se veut un peu brutale et provocante : selon lui, il conviendrait peut-être « d'oublier » les thermes de Acquarossa et de se concentrer sur quelque chose de plus réaliste.

Tarcisio Cima est également du même avis que Ivo Gianora. Selon lui, en fait, les bains pourraient redonner vie à la région, mais cela ne se n'est pas produit depuis plus de cinquante ans. Il est donc possible que toutes les conditions favorables espérées en réalité n'existent pas et que leur attractivité ne soit pas aussi grande. Tarcisio Cima affirme que seules des conjonctions fortuites pourraient mener à la réalisation de quelque chose, mais que, dans le cas contraire, elles doivent se concentrer sur d'autres initiatives. Enfin, Cima fournit une conclusion intéressante sur le type de projet à développer pour les thermes :

(...) nous devrions voir quel type de thermes serait vraiment utile pour la vallée. J'ai l'impression que les projets qui ont suivi ont tous eu la caractéristique d'être trop grands, ce qui a empêché d'une part leur réalisation, et d'autre part ce n'est peut-être pas ce qu'il faut pour la vallée, mais aussi parce qu'entre-temps le tourisme de bien-être et de fitness au Tessin s'est développé assez pour couvrir les besoins du marché. Alors peut-être que dans ce domaine, en Vallée de Blenio, il n'y a plus de grande perspective.⁴¹

L'architecte Tommaso Fiorini, interrogé dans le cadre de ce travail de diplôme en tant qu'auteur d'une thèse sur la réévaluation de la zone thermale, affirme que la question des thermes Acquarossa est désormais devenue une excuse pour abandonner d'autres projets, car convaincus qu'ils seront bientôt relancés. Mais après toutes ces années, il est légitime de penser que ce n'est peut-être pas la bonne voie.

Fiorini soutient pleinement un éventuel développement des thermes, mais pas à n'importe quel prix. L'architecte affirme que ces eaux thermales ont jailli et coulé de la source pendant plusieurs centaines d'années et qu'elles se trouvent peut-être également dans de nombreux autres endroits. Pour cette raison, Fiorini considère que les laisser couler dans la rivière n'est pas un crime, car elles retournent à la nature et ne posent aucun problème : si cette eau est utilisée dans un pseudo centre touristique haut de gamme, il serait préférable de la laisser couler dans la rivière Brenno.

⁴⁰ Traduction personnelle

⁴¹ Traduction personnelle

L'ancien directeur de *Blenio Turismo*, Edgardo Mannhart, affirme que les thermes de Acquarossa favoriseraient le développement du tourisme dans tout le canton. En effet, même si à l'époque les visiteurs des thermes séjournaient uniquement dans la structure *blenieuse*, aujourd'hui le fait de voyager n'implique pas de grands sacrifices, et les touristes pourraient combiner des visites à Bellinzona et Lugano au séjour thermal à Acquarossa.

TRAVAIL DE DIPLÔME « UN NOUVEL ÉTABLISSEMENT THERMAL À ACQUAROSSA » (2001-2002)

Figures 8 et 9 Maquette du projet du centre thermal Acquarossa



Source : personnelle

Le travail de diplôme « Un nouvel établissement thermal à Acquarossa » (Fiorini & Schüll, 2000) a apporté une contribution intéressante à une éventuelle relance de la zone thermale de Acquarossa. Ce travail, rendu public entre le 2001 et le 2002, présente un projet de revalorisation architecturale de l'ensemble du quartier. À cet égard, Fiorini a été interrogé afin d'approfondir son projet et d'analyser la situation actuelle et future des thermes de Acquarossa.

Fiorini, explique l'expert externe du travail Roland Huber, était à cette époque l'une des personnalités les plus importantes du tourisme suisse et il avait notamment travaillé pour les thermes de Scuol. Il s'était montré enthousiasmé par le projet parce qu'il reconnaissait la qualité des lieux traités.

L'un des auteurs du travail de diplôme souligne que la période au cours de laquelle le projet a été publié s'est avérée malheureuse. Selon Fiorini, le travail a été immédiatement rejeté à cause d'un caractère scolaire, bien qu'il ait été réalisé de manière très réaliste. Cependant, au cours de ces années, il n'a été question que du grand projet de relance (« Acquarossa Spa Resort ») qui n'a jamais été réalisé. En outre, comme l'a dit l'architecte, peu de temps après la publication de l'ouvrage, les différentes structures ont été vendues. Selon Fiorini, cette expropriation était une occasion personnelle, car les autorités publiques auraient pu intervenir pour disposer de bâtiments publics et s'approprier le noyau. L'architecte raconte une anecdote sur la suite de la publication :

Il est étrange de se rappeler qu'après la publication, nous avons été convoqués dans un cabinet d'avocats à Bellinzona pour rencontrer un groupe d'investisseurs grecs intéressés par l'ouvrage. Nous nous sommes présentés avec des chiffres estimés à la volée et sans un Masterplan valide, il n'a donc pas été poursuivi.⁴²

L'architecte explique en quoi le travail effectué en collaboration avec Schüll ne voulait pas agir comme une provocation, mais voulait plutôt proposer un changement volontairement radical. Selon le projet de Fiorini, un hôtel et d'autres structures d'hébergement situées dans l'ensemble du noyau auraient été ajoutés à l'ancienne structure, ce qui favoriserait sa relance (puisque, selon l'architecte, le nouveau pont a impliqué l'isolement de l'ancien noyau). Tommaso Fiorini explique qu'un parking a également été prévu (là où se trouvait autrefois la boulangerie militaire) et que la faisabilité de la réalisation et des coûts a été approuvée.

Le projet contenu dans les travaux de diplôme incluait l'emplacement des salles de bains à l'endroit de la source, la rénovation de la structure principale, l'insertion d'un restaurant au rez-de-chaussée et l'entrée des salles de bains. Fiorini souligne que les bains de Vals étaient le modèle. Le choix a été dicté par le fait que la structure des Grisons dans les années 1970 a subi une transformation, passant de l'aspect médical à l'aspect touristique.

L'architecte Fiorini considère que le projet proposé est durable, car il pouvait être réalisé par étapes. Le même explique que le problème des grands projets réside dans le fait que les investisseurs attendent toujours des résultats très rapidement. Pour cette raison, soutient Fiorini, les infrastructures sont créées pour un type spécifique de clientèle qui travaille pendant trois, quatre ou cinq ans, laissant peu de place au développement parallèle.

Enfin, Fiorini exprime un certain scepticisme quant à une éventuelle relance des bains sur la rive droite du fleuve Brenno, sur la terrasse sous l'école secondaire : selon l'auteur du travail de diplôme, le terrain en question est loin du centre historique de la station thermale. Cela impliquerait une certaine frustration lors de l'utilisation des salles de bains en face à l'ancienne structure sans possibilité d'y accéder, car ces structures représentent l'histoire urbaine de Acquarossa.

5.1.2 NARA 2000

Dans son article « I 50 anni della stazione del Nara (1968-2018) » (Gianora, 2019), Ivo Gianora écrit qu'après les premières années d'ouverture marquées par un succès remarquable, la direction de la société Nara SA a décidé en 1972 de procéder à l'expansion des infrastructures, y compris la construction de remontées mécaniques jusqu'à la Bassa di Nara

⁴² Traduction personnelle

(à 2 000 mètres d'altitude) et la construction de diverses installations d'hébergement pour un total de 500 lits (y compris les hôtels et les appartements), ainsi que d'un restaurant, d'un bar et d'une piscine. L'ancien maire de Acquarossa souligne comment cette perspective a été rendue possible grâce à l'arrivée d'un groupe d'investisseurs américains. En ce qui concerne la construction des installations de ski, un investissement d'environ 2 millions de francs était requis, tandis que plus de 4 millions ont été demandés au Grand Conseil du Tessin, pour la construction des installations d'hébergement. Le télésiège Cancorì-Cambra et les remontées mécaniques de Nara Alpe di Nara-Bassa ont ensuite été construits et inaugurés en février 1975.

Dans le même article, Gianora explique comment la construction de logements a été reportée au printemps suivant en raison de l'incapacité du Grand Conseil de prendre une décision concernant la demande de subvention pour les travaux.

RAISONS DE LA NON-RÉALISATION

Gianora (2019) raconte que seulement quelques semaines après l'inauguration des nouvelles installations de Bassa di Nara, une avalanche s'est produite entre le 5 et le 6 avril 1975, provoquant la mort de cinq personnes de Prugiasco. L'avalanche a également endommagé les habitations des privés et le nouveau télésiège. En raison de cette avalanche, l'ensemble du projet relatif aux différentes structures de Cancorì a été bloqué, de même que la demande de subvention auprès du Grand Conseil du Tessin. Des études menées par des spécialistes du secteur ont révélé que le terrain sur lequel devaient être construits les bâtiments d'attraction touristique se situait dans une zone de danger d'avalanches. En revanche, les usines ont rouvert leurs portes l'année suivante grâce à la mise en place d'un programme de déclenchement artificiel des avalanches pour les mesures de sécurité.

Ivo Gianora souligne comment, après la tragique avalanche, les promoteurs ont essayé d'adapter le projet aux nouvelles zones de danger. Toutefois, cette adaptation, explique Gianora, prévoyait de très longs délais, ce qui a incité les investisseurs américains à se retirer. La station connut de grandes difficultés dans les années suivantes et la société Nara SA se déclara en faillite en 1984, clôturant ainsi un cycle : « À ce stade, se termina une première phase de l'histoire de Nara, marquée par des espoirs et des satisfactions, mais également par des moments difficiles.⁴³ » (Gianora, 2019).

Le même Ivo Gianora, consulté à l'occasion de ce travail de recherche, dit qu'il ne sait pas comment les choses auraient évolué sans l'avalanche du 5 avril 1975, mais que quelque chose

⁴³ « A questo punto si chiudeva una prima fase della storia del Nara contraddistinta da speranze e soddisfazioni ma anche da momenti difficili. » (Traduction personnelle)

aurait été réalisé, car il y avait à la fois des projets et un financement. Gianora affirme que c'était vraiment dommage, car c'était une époque où il n'y avait pas encore toutes les contraintes législatives et où la protection du climat n'était pas un sujet brûlant, tout aurait été réalisable. L'ancien maire de Acquarossa a affirmé que lors de la deuxième saison d'ouverture des nouvelles usines (1975-1976), qui ont rouvert grâce à divers plans d'alarme et protections, les revenus ont chuté de 50 % par rapport à l'année précédente, où les remontées mécaniques de la Bassa di Nara n'ont été en fonction qu'un mois : les données pour la saison 1974-1975 n'ont été atteintes que cinq ans plus tard.

L'ancien directeur du bureau des régions de montagne, Tarcisio Cima, se souvient avoir été impliqué, à travers sa fonction, dans divers projets de relance de la Nara, notamment celui d'une remontée mécanique comprenant le départ de Comprovasco et l'arrivée à la Bassa de Nara, avec des stands signés du célèbre architecte Mario Botta. Cima souligne combien il est difficile d'expliquer la raison de ces réalisations manquées. Cependant, selon lui, la cause ne se trouve pas seulement dans le manque de capacité des différents acteurs, mais aussi dans des événements objectifs tels que l'avalanche de 1975.

Quelques années après l'avalanche du Nara, la construction d'une grande station de ski dans la région de Dötra (ou Dottero en italien) a été planifiée, mais jamais réalisée. Dans un documentaire de l'émission « Argomenti », Fazioli et Tchertkoff (1982) recueillent les impressions sur cette initiative de différentes personnalités de la vallée. En particulier, le promoteur du projet et président de la société Dötra SA, Giancarlo Pedotti, déclarait à l'époque que la première étape de la construction envisageait un investissement de 60 millions de francs. Mais, il y avait beaucoup de doutes parmi la population : entre autres, Ferruccio Bolla s'exprimait négativement sur un tel développement :

Je considère le problème de Dottero non pas tant avec le sentiment de bleniese, mais avec celui d'un homme sensible à la beauté de cette région. (...) L'histoire des 200 millions de francs ne me fait pas impression, elle est même impressionnante dans le sens que ce projet ne sera jamais réalisé car ces 200 millions ne seront pas trouvés !⁴⁴ (Fazioli & Tchertkoff, 1982).

Gianluca Lepori, ancien directeur de Nara, affirme que pendant la période de sa gestion (années 1990), le projet de 1975 avait déjà été archivé, mais la conscience de devoir offrir la possibilité de rester dans la région demeurait ; en fait, selon Lepori, le tourisme d'un jour a ses

⁴⁴ « Io guardo il problema di Dottero non tanto con il sentimento di bleniese quanto con i sentimenti di un uomo sensibile alla bellezza di questa regione. (...) La storia dei 200 milioni a me non fa impressione, anzi fa impressione nel senso che tanto non verrà mai, perché questi 200 milioni non si troveranno! » (Traduction personnelle)

limites, mais malheureusement il n'y avait aucune ressource financière nécessaire pour atteindre cet objectif. Durant ces années, les passages saisonniers en hiver atteignaient 30 à 35 000 unités, mais il n'était pas possible d'accroître la clientèle précisément à cause du manque de lits et de parking. Lepori conclut en expliquant comment la prise de conscience du manque de capacité d'hébergement à Blenio a conduit à la création de la plateforme *Blenio Rustici*, conçue pour promouvoir et faciliter la location de résidences secondaires *bleniesi*. Malheureusement, un cas de mauvaise gestion a entraîné l'échec de l'initiative.

En ce qui concerne l'avenir de la station, le conseil d'administration de la société *Amici del Nara* SA a défini une stratégie appelée *Nara 2025*, qui prévoit des mesures pour remédier aux problèmes financiers du domaine de ski. Le programme prévoit un renforcement de l'offre estivale (avec la construction d'un centre cantonal de VTT et la valorisation de la randonnée et de diverses manifestations) et l'optimisation de la saison hivernale. *Nara 2025* vise à assurer la stabilité financière de la station *blenieuse* à moyen et long terme. D'autres objectifs concernent le positionnement du Nara sur le marché, la fidélisation et la recherche de nouveaux clients, une majeure implication des parties prenantes (actionnaires, vacanciers secondaires, volontaires), le renforcement des différentes synergies (organismes publics, ERSBV, patriciats, OTR-BAT, École de ski) et la recherche d'un nouveau directeur (après la démission de Fabio Mandioni en 2018) (Comune di Acquarossa & Amici del Nara SA, 2016).

Gianluca Lepori affirme que, pour garantir la pérennité de son existence, la station de ski *blenieuse* devrait revoir sa stratégie dans son ensemble. Lepori soutient que le Nara pourrait se réorienter uniquement sur le concept de luge, car le ski alpin est en train de connaître de grandes difficultés : la grande concurrence, les infrastructures toujours plus anciennes, l'absence de pistes longues et importantes, l'absence d'un système de fabrication de neige artificielle efficace et des hivers toujours moins froids et enneigés compromettent la commercialisation de l'offre actuelle.

5.1.3 PARCADULA

En 2001, un groupe constitué de diverses institutions des Tre Valli, de la Mesolcina, de la Surselva et de la région de Viamala a lancé une étude de faisabilité (financée par la Confédération et d'autres institutions) de la constitution d'un parc naturel national sur le territoire de ces quatre régions représentées. À la fin de cette étude, des groupes de travail ont été mis en place en 2003 dans le but d'impliquer davantage la population et les différentes municipalités : ces dernières ont approuvé l'étude sans exception, permettant ainsi de soumettre la proposition. L'Office Fédéral de l'Environnement (OFEV) a également approuvé la proposition en 2007 et le Secrétariat d'État, ainsi que des institutions telles que les cantons

du Tessin et de Grigioni et Pro Natura ont garanti des fonds pour la réalisation d'une nouvelle phase de la conception. En 2008, l'Association ParcAdula est née, promotrice du parc naturel national du même nom (« Parc Adula », s. d.).

L'objectif de cette initiative était de créer un territoire pour la protection des écosystèmes et l'aménagement d'espaces de loisirs pour la population résidente. L'intention finale était de favoriser le développement économique par une augmentation des flux touristiques, la création d'opportunités pour les produits locaux, la réalisation de projets sur le territoire du parc et la gestion du district du parc lui-même. Selon les promoteurs, le territoire encore relativement « intact » tant du point de vue naturel que culturel des régions impliquées dans le parc était le plus approprié en Suisse pour la création d'un tel type de projet. La mise en œuvre de ParcAdula aurait impliqué l'application de la « Charta », c'est-à-dire du plan de gestion du parc, valable dix ans, qui contenait les objectifs à atteindre d'ici la fin du mandat : à la fin de cette période, les municipalités auraient pu confirmer ou pas la poursuite du projet.

Du point de vue touristique et économique, les promoteurs du projet ParcAdula soutenaient que la création d'un parc naturel aurait augmenté l'afflux de visiteurs des régions concernées. À cet égard, le Parc National de l'Engadine a été utilisé comme exemple ; dans ce parc, il a été calculé que chaque visiteur séjournant dans la région dépense en moyenne 135 francs, tandis que ceux qui visitent la région en manière journalière dépensent 35 francs par jour. En général, il a donc été constaté que pour chaque franc investi (salaires, infrastructure ou autre) le visiteur dépense 5 francs pour l'achat de biens et de services (« Parc Adula », s. d.).

Afin d'être approuvé par la population et de passer à sa mise en œuvre, le projet a été voté le 27 novembre 2016 : pour être accepté, le « oui » au parc aurait dû être exprimé par au moins 13 municipalités sur 17. Cependant, seules 9 municipalités ont exprimé un avis positif, empêchant ainsi la mise en œuvre du ParcAdula. En Valle di Blenio, la seule municipalité à avoir accepté la proposition a été Acquarossa.

RAISONS DE LA NON-RÉALISATION

Les raisons du rejet populaire du parc naturel national ParcAdula étaient nombreuses et complexes. À cet égard, plusieurs personnalités ont été approchées et ont vécu cette initiative de près, afin de comprendre quelles étaient les raisons de la non-réalisation.

Ivo Gianora, ancien maire de Acquarossa, a rejoint le groupe de travail ParcAdula cinq ans avant le vote de 2016. Gianora a déclaré qu'il avait eu l'impression, depuis son entrée en scène, que le projet était complexe puisqu'il s'agissait d'une nouvelle initiative que personne n'avait encore réalisée auparavant (le parc national d'Engadine, comme le précise Gianora,

ne représente pas le même concept puisqu'il s'agit d'une réserve naturelle ; la loi a ensuite autorisé des exceptions). Ce fait a suscité des doutes dans la conception de la population locale, créant par la suite un camp contraire à la proposition. Selon Gianora, dans les régions des Grisons impliquées dans le parc, le principal problème était celui lié à la chasse, compte tenu de l'importance de ce secteur pour le canton rhétique. Au contraire, selon Gianora, dans la vallée le parc n'aurait pas impliqué de modifications pour le secteur de la chasse, puisque la zone noyau comprenait des territoires déjà protégés depuis longtemps, comme la Greina.

Gianora mentionne comme autre problème celui lié à la rénovation des bâtiments rustiques de la zone centrale de Valle di Blenio ; selon l'ancien membre du groupe de travail, une dizaine de cottages étaient concernés, mais le problème a été globalisé. En général, poursuit-il, les habitants craignaient que la vallée aurait été commandée directement par Berne. Mais Ivo Gianora n'est pas du même avis.

De plus, se souvient Gianora, si le ParcAdula avait été accepté, il aurait permis l'accès à des financements importants :

Mais rien de plus, cela aurait rapporté 5 millions de contributions fédérales par an à partager dans le parc, dont au moins un million de francs pour la Valle di Blenio, à utiliser sur le territoire. Il y avait aussi des sponsors privés qui auraient été disposés à financer, mais il est clair qu'ils ne se sont jamais exposés avant le vote pour éviter la honte en cas de rejet.⁴⁵

Pour l'ancien maire de Leontica et Acquarossa, lorsque les projets touchent de près les intérêts de la population, tout est compliqué. Selon lui, en fait, une reprise hypothétique des stations thermales de Acquarossa ne poserait pas de problèmes majeurs, car la population ne serait pas directement impliquée. Pour Gianora, il y a toujours une tranche de la population qui voit l'opportunité et une autre qui ne la voit pas, cela signifie qu'après tout, la population va bien dans la situation actuelle ; ce fait reflète le refus populaire au ParcAdula.

Ivo Gianora conclut en affirmant que l'aspect émotionnel a clairement joué un rôle important dans le rejet populaire de la proposition du ParcAdula. Selon lui, en fait, le changement et la nouveauté créent toujours la peur, car les gens pensent que tout peut conduire à une situation pire que celle actuelle. Pour Gianora, les opérateurs du secteur commercial ont probablement

⁴⁵ « Ma se non altro avrebbe portato 5 milioni di contributi federali all'anno da spartire su tutto il Parco, ma diciamo che perlomeno un milione di franchi sarebbe stato per la Valle di Blenio, da utilizzare sul territorio. C'erano stati anche degli sponsor privati che sarebbero stati disposti a finanziare, ma è chiaro che non si sono mai esposti prima delle votazioni per evitare una figuraccia in caso di bocciatura. » (Traduction personnelle)

compris le message, alors que les autres ne l'ont pas... dans la municipalité de Blenio, ajoute-t-il, une mobilisation politique complexe se cachait derrière le projet, un mouvement politique encore présent aujourd'hui.

Ivo Gianora se réfère à l'opposition exprimée par la maire de Blenio, Claudia Boschetti Straub, également sollicitée à l'occasion de ce travail. Boschetti Straub admet que ParcAdula aurait pu être une marque importante pour la visibilité de la Valle di Blenio, mais pour elle, le jeu n'en valait pas la chandelle.

En effet, selon la maire de la municipalité de Blenio, un parc naturel national aurait impliqué l'obligation de procéder à la planification du territoire *bleniese* avec une carte qu'aurait impliqué le fait de mettre tout sous protection, dans le but de délimiter la frontière de la vallée et freiner le développement de la région. Claudia Boschetti Straub conclut en affirmant que le territoire de la Valle di Blenio serait entré dans un contexte plus fédéraliste et donc avec une gestion externe. Pour elle, la signature d'un tel contrat aurait été irréversible. Bien que les promoteurs garantissaient l'autonomie, l'ensemble du territoire aurait été protégé de manière excessive : pour Boschetti Straub, la création de cette marque aurait impliqué la vente du territoire *bleniese* à quelqu'un d'autre.

La réflexion de Edgardo Mannahrt est également critique. L'ancien directeur de *Blenio Turismo* affirme que ParcAdula a été une erreur touristique, mais avant tout politique. De plus, selon lui, ce sont les jeunes qui ont décrété le « non » au projet.

L'ancien président du Grand Conseil du Tessin et ancien président de la section cantonale du Parti radical libéral, Walter Gianora, se souvient amèrement de la question du ParcAdula. Pour Walter Gianora, le parc naturel national aurait pu représenter un avantage important, notamment grâce à la réalisation de nombreux petits projets. Gianora affirme que, vu le refus de cette opportunité, il faudra travailler encore plus, car à présent il y a encore moins de personnes qui croient en la vallée et sont disposées à l'aider.

Walter Gianora déclare que les subventions reçues n'étaient pas composées uniquement par des fonds publics, mais également par des financements de diverses fondations. Gianora précise clairement que pour pouvoir tirer parti de ces aides, il aurait fallu s'aligner sur les idéaux de ces fondations. Et avec une autre aide financière, ces fondations auraient favorisé l'arrivée d'une certaine clientèle. L'ancien homme politique affirme avoir présenté ce concept à plusieurs reprises dans les divers débats d'information, mais la principale préoccupation était le fait de devoir partager ces subventions avec le canton des Grisons : Gianora conclut en affirmant que beaucoup de personnes n'ont pas compris ce concept, car ce n'était pas la quantité de

financements elle-même à être importante, mais les collaborations et les opportunités qui auraient été générées.

Enfin, l'ancien responsable du bureau des régions de montagne, Tarcisio Cima, a estimé que la gestion du projet par la Confédération et le Canton n'avait pas été optimale. Cima tient compte de ce fait puisque le projet a pris 15 ans, trop selon lui : le contexte change beaucoup au cours d'une telle période et les problèmes, au lieu de s'affaiblir se renforcent. Cela est dû à des raisons liées à la société plutôt qu'à une idéologie.

Bien qu'il soit parti avec enthousiasme, dit Tarcisio Cima, ParcAdula a généré à long terme des divisions qui ne sont certainement pas favorables à une réalité comme celle de la région *bleniese*. Cima pense même que le fait d'avoir refusé le ParcAdula a peut-être constitué un avantage ; maintenant, au moins, quelques débats passionnés ont été archivés. Cependant, le même Cima note avec regret que plusieurs jeunes, qui avaient dépensé beaucoup d'énergie pour cette proposition, ont été frustrés par le manque de réalisation.

5.2 PROJETS PRÉVUS

Les trois projets analysés dans la section précédente permettent de tirer des enseignements importants sur les initiatives actuelles et futures dans la Valle di Blenio. Plus précisément, les différentes propositions pour une relance des stations thermales de Acquarossa ont montré à quel point l'arrivée d'un investisseur prêt à accomplir quelque chose dans la vallée est très improbable, étant donné les difficultés d'infrastructure présentes dans la région. Le cas du Nara, en revanche, a montré que les circonstances défavorables liées à l'absence de capacité d'entrepreneuriat n'ont pas été la seule cause d'un manque de développement ; l'avalanche de 1975 a compromis la construction d'importantes structures.

Enfin, l'échec du projet ParcAdula a des implications plus complexes. Outre les erreurs hypothétiques liées à la communication des promoteurs du projet, il existe peut-être un facteur déterminant principal, déjà ressorti dans l'enquête qualitative réalisée (point 4) : le manque d'ambition et de besoin d'un développement économique de la part de la population au moment du vote, dictés par une situation déjà bonne en soi qui ne pousse pas à se mobiliser dans des initiatives de ce type.

Cette section propose l'analyse de cinq projets actuels ; le nouveau Centre Nordique de Campra (qui sera inauguré à l'été 2019), le réaménagement du Centre Polisport à Olivone, l'Observatoire de Gorda, le développement du VTT dans la vallée et la plateforme *Blenio Viva* (déjà en service). Ce chapitre propose pour chaque projet une description et une analyse SWOT supportées par le point de vue des personnes impliquées, afin d'évaluer la contribution

réelle que ce projet peut apporter à la *Valle del Sole*. Comme expliqué par Krogerus & Tschäppeler (2012, p. 14), cette analyse permet aux personnes impliquées dans une initiative de mieux comprendre ses objectifs. Les forces sont des éléments à préserver, les faiblesses doivent prévoir une correction, les opportunités doivent être saisies et enfin les menaces doivent être anticipées ou autrement corrigées. En annexe, une fiche de synthèse (en italien) contenant également le détail des chiffres concernant le financement est proposée pour chaque projet.

5.2.1 CENTRE NORDIQUE CAMPRA

Comme expliqué au point 3.1 de ce travail, le Centre Nordique de Campra peut se vanter d'une histoire glorieuse. Malgré cela, les structures de ces dernières années n'étaient plus à l'avant-garde et un renouveau s'imposait pour garantir la continuité de l'activité. C'est pour cette raison que la société anonyme Centro Sci Nordico Campra SA a été créée avec un capital social de 2 millions de francs (consistant en une contribution de 25 % de la municipalité de Blenio, de 25 % du Ski Club Simano et de 50 % des privés). La société a été assistée par le ERSBV, la OTR-BAT et l'ATT pour l'aspect lié à la promotion du tourisme.

Afin de garantir le démarrage du projet, la société a d'abord collecté les fonds nécessaires. Ensuite elle devra mettre en œuvre et louer le logement et les installations sportives. Un restaurant proposant des produits locaux sera également en service, dont une partie pourra être louée par des groupes autogérés. Les promoteurs se sont fixé divers objectifs à travers le renouvellement de l'infrastructure de Campra (« Centro Sci Nordico Campra », s. d.) :

- Améliorer la qualité de l'accueil du Centre en réalisant des structures avant-gardistes
- Garantir une offre large pouvant aller de lhiver à lété
- Assurer une bonne intégration de lœuvre dans le paysage environnant
- Garantir toutes les activités hivernales grâce à lutilisation de systèmes de neige artificielle⁴⁶

Figures 10 et 11 Projet du Centre Nordique de Campra : évolution de la structure



Source : «Centro Sci Nordico Campra», s.d.

⁴⁶ Traduction personnelle

Le Centre Nordique de Campra est un des plus importants projets en cours, qui vise à réévaluer l'ensemble de la vallée. Caprara fait, pour ce projet, le point sur la situation : « Le Centre est actuellement en construction et son objectif est de l'inaugurer en 2019⁴⁷ ». Les travaux ont représenté un investissement de 16 200 000 francs, financés à près de 70 % par des subventions communales, cantonales et fédérales (« Centro Sci Nordico Campra », s. d.).

Tableau 6 Analyse SWOT du projet « Centre Nordique de Campra »

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> Histoire illustre du centre Offre pour toute l'année 	<ul style="list-style-type: none"> Gestion divisée (pistes et restauration) Impact économique limité
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> Differentes synergies Offre combinée avec d'autres projets 	<ul style="list-style-type: none"> Changement climatique Concurrence limitrophe Fermeture du col du Lucomagno

Source : personnelle

Forces : le Centre Nordique de Campra est déjà reconnu surtout par les passionnés du ski de fond grâce à son passé. En plus, la nouvelle infrastructure sera active durant toute la durée de l'année ; en été seront proposées activités telles que le e-bike et la randonnée, alors que pendant la saison hivernale la société ne veut concentrer ses activités que sur le ski nordique, mais seront également proposées une patinoire, une salle de sport et un petit espace wellness. Il sera aussi possible de faire des promenades (« Centro Sci Nordico Campra », s. d.).

Faiblesses : en ce qui concerne la gestion du nouveau centre, le club de ski Simano assurera, comme ces dernières années, la gestion technique de la structure, tandis que la restauration sera confiée à un tiers (qui probablement deviendra actionnaire de la société). L'ancien président du Grand Conseil tessinois, Walter Gianora, exprime des doutes sur la décision de scinder la gestion du centre :

(...) séparer la gestion des pistes de la restauration peut être une épée de Damoclès. (...) pour Campra, je vois une grande inconnue dans la gestion. Construire le contenant c'est bien, mais c'est le contenu qui compte ! ⁴⁸

Outre le problème de gestion, certaines personnalités interrogées ont exprimé leur scepticisme quant aux avantages du centre pour toute la vallée. Edgardo Mannahrt soutient

⁴⁷ « Attualmente il Centro è in costruzione, e l'obiettivo è quello di inaugurarla nel 2019 » (Traduction personnelle)

⁴⁸ « dividere quella che è la ristorazione dalla gestione delle piste può essere una spada di Damocle. (...) per Campra io vedo nella gestione una grossa incognita. Finché si costruisce il contenitore va bene, ma dopo è il contenuto che conta ! » (Traduction personnelle)

que la pratique du ski de fond dure en moyenne quelques heures et se demande ce que les visiteurs pourront faire ensuite. Walter Gianora estime qu'il aurait probablement fallu investir davantage à Olivone et ne réaliser que le minimum nécessaire à Campra, afin de favoriser aussi d'autres secteurs économiques. Enfin, selon Gianluca Lepori, malgré l'importance de l'investissement, la structure de Campra restera une « niche », car les emplois créés demeurant limités.

Opportunités : la nouvelle structure de Campra contribuera à créer des synergies efficaces. Caprara affirme qu'une collaboration avec le Centre Pro Natura et la Fondation Alpina pourra par exemple permettre de combiner les aspects sportifs et scientifiques tout en diversifiant l'offre. En outre, comme déclaré par Claudia Boschetti Straub, le projet de Campra s'inscrit dans une stratégie unique avec le réaménagement du Centre Polisport (point 5.2.2) et à l'Observatoire de Gorda (5.2.3) afin d'élargir les possibilités offertes aux visiteurs.

Menaces : de l'extérieur, deux éléments représentent une menace pour le projet de Campra. L'une concerne le réchauffement climatique ; Campra est située à 1 400 mètres, peu ensoleillée et équipée d'un système de neige artificielle. Malgré cela, les températures augmentent (Bardi, 2003, p. 2) et à l'avenir, même les activités hivernales seront mises au défi, comme confirmé par Walter Gianora. À cet égard, il sera nécessaire de diversifier l'offre au maximum afin de réduire les risques. La même mesure permettra également de faire face à la concurrence des stations voisines ; en fait, Sedrun et Andermatt offrent la possibilité de combiner le ski alpin et le ski nordique dans le même domaine.

Compte tenu de sa position géographique, Campra dépend beaucoup du col de Lucomagno. En fait, les visiteurs provenant des Grisons peuvent être nombreux, mais pour permettre leur arrivée le col doit garantir son ouverture. Cependant, pendant la saison hivernale, le Lucomagno doit être fermé de temps en temps en raison du danger d'avalanches. Edgardo Mannhart considère la proximité de la Suisse alémanique comme une chance, car les visiteurs de cette région aiment la vallée et dépensent volontiers afin d'utiliser les différents services. Malgré cela, selon l'ancien directeur de *Blenio Turismo*, il faudrait faire quelque chose en plus pour le Lucomagno : « Les autres cols sont toujours ouverts... quant au danger, le Lucomagno occupe la onzième place à niveau suisse ; le Julier est plus dangereux, mais il est toujours ouvert ! Quelque chose ne fonctionne pas...⁴⁹ ».

⁴⁹ « Gli altri passi sono sempre aperti... per pericolosità, il Lucomagno è all'undicesimo posto a livello svizzero; il Julier è più pericoloso, ma è sempre aperto! Qualcosa non funziona... » (Traduction personnelle)

5.2.2 POLISPORT OLIVONE

Dans la publication cantonale « Programma dattuazione della politica economica regionale 2016-2019 del Cantone Ticino » (Dipartimento delle finanze e dell'economia, 2015, p. 7), l'accent est mis sur l'importante et diversifiée offre sportive de la commune de Blenio :

Grâce à la présence d'une offre sportive et récréative remarquable et d'un patrimoine paysager précieux, notamment, un repositionnement de la Haute Vallée vers une offre touristique liée aux sports collectifs semble émerger.⁵⁰

Outre les remontées mécaniques de Campo Blenio, le centre Lingue & Sport et le Centre Nordique de Campra, Blenio dispose également du Centre Polisport, une installation polyvalente présente à Olivone. Ce centre, réalisé en 1984 et disposant d'une capacité de 500 places, est utilisé comme lieu d'événements publics (sportifs, artistiques et politiques) et privés (conférences, mariages, fêtes). Actuellement, le conseil d'administration de la société Polisport SA, en collaboration avec l'ERSBV et la municipalité de Blenio, envisage de réaménager le centre afin de renforcer l'aspect lié à l'organisation d'événements et d'accroître les activités extérieures à la structure (« Comune di Blenio : Centro Polisport », s. d.).

Le projet, comme expliqué par Boschetti Straub, vise à la fois la population locale et les visiteurs, et comme dans le cas du Centre Nordique de Campra, a comme objectif celui de développer le secteur économique et touristique de toute la vallée (Comune di Blenio, Sci Club Simano, & Cooperativa Impianti Turistici Campo Blenio-Ghirone, s. d.). Le projet de réaménagement prévoit quatre changements importants : la création d'un nouveau service de restauration (au lieu du bar actuel adjacent au centre), une zone de loisirs couverte (modulaire) et extérieure (avec une étendue d'eau pour la baignade), zone de camping (tentes, campeurs et bungalows) et en général une requalification paysagère de la zone entière (Comune di Blenio & al., s. d.).

Le projet est actuellement dans une phase avancée ; le permis de construire a déjà été obtenu et une contribution de 900 000 francs de la commune de Blenio a été approuvée par le conseil communal. L'investissement total s'élève à 3 810 000 ; une subvention cantonale de 1,2 million de francs (dans le cadre de la politique économique régionale) doit être approuvée par le Grand Conseil. L'ERSBV se concentre maintenant sur le raffinement du projet et la recherche des fonds nécessaires. Boschetti Straub ajoute que, étant donné que la société est

⁵⁰ « Grazie alla presenza di una notevole offerta sportiva e ricreativa e di un patrimonio paesaggistico di pregio, in particolare, sembra delinearsi un riposizionamento dell'Alta Valle verso un'offerta turistica legata agli sport per gruppi. » (Traduction personnelle)

gérée pour les cinq septièmes par la municipalité, il sera nécessaire d'organiser un concours public pour la construction. Le maire conclut en disant qu'au cours des six années de planification, les coûts ont été réduits au maximum pour favoriser la faisabilité des travaux.

Tableau 7 Analyse SWOT du projet « Polisport »

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Pas d'influences météorologiques • Offre unique dans la vallée • Développement durable 	<ul style="list-style-type: none"> • Situation géographique
MENACES	OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> • Fin de l'« effet de nouveauté » 	<ul style="list-style-type: none"> • Différentes synergies

Source : personnelle

Forces : l'un des principaux avantages du Centre Polisport est que les activités organisées dans cette structure ne sont pas influencées par les conditions météorologiques. Malgré cela, comme souligné par Claudia Boschetti Straub, la seule salle de sport interne dans ces dernières années ne suffit plus à répondre aux besoins des groupes (colonies, écoles), surtout en hiver ; pour cette raison, il est prévu de construire l'aire de jeu couverte avec trois modules.

De plus, de nombreux aspects envisagés par le projet représenteraient une première au niveau de la Valle di Blenio ; des éléments tels que l'étendue d'eau pour la baignade, l'aire de jeux couverte et les bungalows permettraient une extension de l'offre *blenieise* :

(...) en créant un petit espace de loisirs avec une aire de jeux et une zone de baignade, il créerait ce centre de regroupement dété qui fait aujourd'hui défaut. Beaucoup de gens viennent en vacances ici, même avec des résidences secondaires ou des colonies, en particulier pour la montagne, les randonnées alpines, le VTT, les excursions de difficulté moyenne ... mais cet élément de la natation est absent. Des régions comme Verzasca ou Valle Maggia possèdent de beaux puits et des espaces naturels, alors qu'elles ne sont pas physiquement présentes à Valle di Blenio, également à cause de raisons techniques liés à la présence de centrales hydroélectriques.⁵¹

⁵¹ « (...) istituendo una piccola zona di svago con il parco giochi e un'area balneabile creerebbe questo polo aggregativo estivo che oggi manca. Tanti vengono in vacanza qui, anche con le case secondarie o le colonie, soprattutto per la montagna, per le passeggiate alpine, le mountainbike, le escursioni di media difficoltà... però manca questo elemento balneabile. Regioni come la Verzasca o la Valle Maggia hanno dei bei pozzi ed hanno le zone naturali, mentre in Valle di Blenio non ci sono fisicamente, anche per questioni tecniche con la presenza delle officine. » (Traduction personnelle)

Enfin, l'initiative de réaménagement du Polisport doit être considérée comme hautement durable. Les travaux ne prévoient pas d'énormes changements sur le territoire, mais visent plutôt à améliorer l'ensemble de la zone, comme confirmé par Boschetti Straub. En outre, la mise en œuvre des nouvelles offres sera optimisée : par exemple, le refuge actuel de protection civile sera intégré au concept de camping afin de fournir aux vacanciers les services de base (salles de bains, douches et blanchisserie).

Faiblesses : depuis la sortie de l'autoroute Biasca, le trajet en voiture jusqu'à Olivone est de presque trente minutes. Boschetti Straub a déclaré que cet aspect est un inconvénient ; la position au sommet de la vallée décourage souvent les visiteurs potentiels. Pour surmonter cette faiblesse de la structure, il est nécessaire de travailler sur l'offre du centre. Pour la maire, le fait de proposer de nouvelles activités même à l'extérieur permettra d'attirer les visiteurs qui envisagent de rester dans la vallée plusieurs jours grâce à la présence de la zone de camping (campeurs, tentes et bungalows).

Menaces : comme dans le cas du Centre Nordique de Campra, la gestion de la structure pourrait également représenter une problématique pour le Centre Polisport. Comme indiqué dans la présentation du projet (Comune di Blenio & al., s. d.), la société du Centre procédera à la recherche de l'entité idéale, « capable d'améliorer la nouvelle structure par rapport au contexte territorial dans lequel elle sera insérée ». Malgré la présence d'éléments d'attraction uniques dans la vallée, la direction devra en effet pouvoir garantir la fréquentation même après la fin de l'« effet nouveauté ». Il est également envisagé que le responsable soit en charge du marketing ; le gestionnaire devra donc être capable de communiquer même avec des utilisateurs non-résidents.

Opportunités : comme l'a confirmé l'ERSBV, la modernisation du Centre Polisport s'inscrit dans la stratégie du Masterplan Valle di Blenio, notamment grâce à sa proximité avec le Centre Nordique de Campra et à la présence de la zone de camping-car, qui vise à développer une nouvelle offre touristique. Claudia Boschetti Straub indique à propos de cette stratégie que l'intention générale est de relier tous les éléments, car, selon le même maire, il existe plusieurs attraits, mais tous dispersés car ils ne sont pas insérés dans un contexte plus global. Le fait de lier toutes les offres, selon Boschetti Straub, permettrait aux visiteurs de diversifier leurs activités pendant leur séjour dans la Valle di Blenio, ce qui le rendrait plus intéressant. Le maire conclut en espérant qu'un jour toutes ces structures pourront être gérées par une seule entité.

5.2.3 OBSERVATOIRE GORDA

L'Alpe di Gorda, située dans la municipalité de Blenio à une altitude de 1 800 mètres, est une destination reconnue pour tous les passionnés d'astronomie grâce à la qualité de la

localité : l'observation du ciel est favorisée par la grande transparence et la faible pollution lumineuse. Il existe déjà, dans cette localité, un refuge alpin pouvant offrir la possibilité de séjourner (30 lits en total), mais il n'existe pas une structure spéciale permettant de profiter des qualités liées à l'aspect astronomique. Pour cette raison, l'association sans but lucratif *AstroCalina* a l'intention de réaliser un observatoire (Associazione AstroCalina, 2018).

Afin d'approfondir le projet et d'en vérifier tous les aspects, le *bleniese* Piero Martinoli, membre honoraire de *AstroCalina* et ancien président de l'Université de la Suisse italienne (USI), a été interrogé. Martinoli explique que l'Observatoire de Gorda serait probablement le plus important du canton et aurait également une signification nationale. L'ancien président de l'USI explique que le projet est divisé en deux parties : le bâtiment (équipé d'un dôme ouvrable et déjà muni d'un permis de construire) et de divers dispositifs techniques dont fera partie le télescope principal, qui représentera une part importante (800 000 francs) du budget total (1 300 000 de francs).

Dans le Business plan du projet, quatre fonctions principales sont spécifiées : celle sociale (puisque l'observatoire serait ouvert à tous), didactique (avec des cours et des séminaires pour étudiants), scientifique (en synergie avec divers instituts de recherche) et touristique (avec le renforcement du binôme « nature et culture ») (Associazione AstroCalina, 2018).

En ce qui concerne le financement, Piero Martinoli souligne comment le projet a obtenu le soutien de l'ERSBV (qui a demandé en contrepartie une intégration du projet visant à développer l'économie locale et le tourisme en créant diverses synergies), ce qui a permis la transmission de la proposition au canton, prêt à financer jusqu'à la moitié de l'investissement total. Martinoli ajoute que plusieurs fondations et privés ont garanti une aide. Les municipalités soutiennent également l'initiative : Blenio a adhéré de manière importante (100 000 francs), Acquarossa et Serravalle soutiennent l'initiative avec 10 000 francs chacune. Selon Piero Martinoli, ils manquent actuellement 200 à 300 000 francs pour commencer les travaux : « Si tout va bien, nous devrions pouvoir commencer à travailler pendant la saison chaude qui vient et pouvoir terminer la construction d'ici la fin de l'année⁵² ».

⁵² « Se tutto va bene, dovremmo poter cominciare i lavori durante la bella stagione che verrà e poter terminare la costruzione, entro la fine dell'anno perché non è una grande costruzione. » (Traduction personnelle)

Tableau 8 Analyse SWOT du projet « Observatoire Gorda »

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> Accessibilité et paysage Tourisme durable Compétence des promoteurs Large typologie de clients 	<ul style="list-style-type: none"> Places d'hébergement limitées dans le refuge de montagne
MENACES	OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> Pollution lumineuse Dommages naturels 	<ul style="list-style-type: none"> Différentes synergies Secteur en croissance et faible concurrence Impacts économiques pour la région

Source : personnelle

Forces : le membre d'honneur d'*AstroCalina*, Piero Martinoli, affirme que l'alpe est facilement accessible avec un simple véhicule (ce qui facilite le transport de matériel technique d'observation), même s'il l'ancien président de l'USI se considère généralement contraire au trafic en montagne et espère à l'avenir la construction d'un petit téléphérique.

En plus de l'accessibilité et des qualités astronomiques, selon Martinoli, Gorda possède une beauté des paysages hors du commun et plusieurs possibilités de promenades (Pizzo Molare, Passo Bareta, Nara). Cet aspect serait une attraction pour un tourisme durable : « (...) il ne devrait pas attirer un tourisme grossier, mais un tourisme tranquille, les personnes qui veulent profiter de la montagne aussi d'un point de vue culturel...⁵³ ».

L'Observatoire de Gorda présente également l'avantage d'être promu par une association du secteur présidée par l'astronome Fumagalli, ce qui permet une planification cohérente. En outre, comme spécifiée dans le Business Plan, la gestion de la structure ne prévoirait aucun problème, car serait à *AstroCalina* à jouer ce rôle (Associazione AstroCalina, 2018). Enfin, la présence d'une personnalité importante dans le domaine universitaire tel que Piero Martinoli permet d'accéder à des canaux importants pour la collecte de fonds et la création de collaborations, comme le confirme Claudia Boschetti Straub : « Il est clair que la présence de M. Martinoli aide, il fait partie des personnalités que j'estime excellentes dans la Valle di Blenio et qui ont une belle caisse de résonance au niveau suisse⁵⁴ ».

Enfin, l'initiative liée à l'Observatoire de Gorda présente l'avantage de s'adresser à différents types de clients, ce qui augmente les chances de revenus. Selon Martinoli, outre les

⁵³ « non un turismo sguaiato ma un turismo tranquillo, gente che vuole godere della montagna ma anche da un punto di vista culturale... » (Traduction personnelle)

⁵⁴ « È chiaro che anche la presenza del Sig. Martinoli ha aiutato; fa parte delle personalità che ritengo eccellenti in

amateurs d'astronomie, la structure pourrait également attirer les amoureux de la nature en général. En outre, selon l'ancien président de l'USI, l'observatoire ciblerait également les étudiants (lycées, universités professionnelles et universités), rapprochant ainsi les nouvelles générations de cette science.

Faiblesses : le promoteur Piero Martinoli estime que la présence de l'abri de montagne à Gorda est très importante pour l'observatoire : les observations sont effectuées la nuit, donc il faut une structure proche pour éviter de descendre et de monter continuellement de l'alpage. En outre, ajoute Martinoli, l'Observatoire Gionitus attirerait également des visiteurs passionnés par la nature qui aiment faire de la randonnée et séjourner dans les hauteurs.

Pour le moment cependant, les dimensions de la cabane sont limitées et la structure a déjà plusieurs années. Pour cette raison, *AstroCalina* a consulté l'ERSBV et la Bourgeoisie d'Aquila pour une restauration ; Martinoli suppose un investissement de 100-500 000 francs pour ce travail, nécessaire pour attirer les visiteurs à l'observatoire. Les structures du Centre Pro Natura et du Centre Nordique de Campra deviendront également fondamentales.

Menaces : Piero Martinoli explique comment de nos jours la pratique de l'observation astronomique est souvent compromise par la pollution lumineuse ; la grande quantité de lumière produite surtout par les grands centres urbains empêche une observation correcte du ciel. En ce sens, Gorda présente des caractéristiques uniques, grâce à sa position géographique et à ses caractéristiques environnementales. Malgré cela, il sera nécessaire de surveiller en permanence ce phénomène afin de garantir toujours une observation de qualité (Associazione AstroCalina, 2018). À cet égard, un dialogue permanent avec les autorités cantonales compétentes constitue un impératif.

De plus, comme tous les bâtiments de montagne, il existe toujours un risque qu'un élément naturel cause des dommages importants à l'infrastructure. Dans le plan d'activités du projet d'Observatoire de Gorda, les incendies et les dégâts des eaux sont mentionnés (Associazione AstroCalina, 2018).

Opportunités : Martinoli considère que la réalisation de l'Observatoire de Gorda permet la mise en place de collaborations importantes avec le centre Pro Natura et le centre Nordique

de Campra, en vue d'élargir l'offre et d'accroître l'afflux de visiteurs. Le *bleniese* ajoute que pour mettre en œuvre la vallée, il est nécessaire de collaborer et de s'entraider.

La structure conçue par Gorda profiterait également du fait que le secteur de l'astronomie est en croissance constante. Dans le Business Plan du projet, il est mentionné qu'aujourd'hui les différents médias mettent beaucoup l'accent sur l'aspect scientifique. Le potentiel économique est donc important : « (...) un beau ciel étoilé (comme une belle piste de ski ou une belle plage) est une ressource économique pour la région qui l'a, il suffit de disposer d'une instrumentation appropriée.⁵⁵ ».

Enfin, le projet promu par *AstroCalina* permettrait, selon Martinoli, d'avoir des impacts économiques positifs pour l'ensemble de la vallée. Le promoteur émet l'hypothèse que l'avènement du tourisme scientifique pourrait augmenter les revenus (même dans les proportions voulues) de commerces tels que les laiteries et les agriculteurs vendant les produits locaux. Martinoli conclut en indiquant que la structure scientifique pourrait également contribuer à la relance des hôtels Posta et San Martino à Olivone.

5.2.4 VÉLO TOUT TERRAIN

Le lien entre la Valle di Blenio et le VTT est né un peu par hasard autour de 2014, comme expliqué par l'ancien maire de Acquarossa Ivo Gianora :

La ATT avait commissionné une étude à l'expert des Grisons Darco Cazin, sur la possibilité de développement du VTT dans le canton. Cette étude a montré à quel point il existait de belles régions, notamment la Val Morobbia, le Luganese, la Capriasca et la Valle di Blenio.⁵⁶

Intriguée par les résultats, la municipalité a voulu approfondir la question en convoquant directement Cazin et en le faisant participer à une soirée d'information pour la population. Une année plus tard, les municipalités *bleniesi* (en collaboration avec l'ERSBV et la OTR-BAT) ont commissionné à la société Allegra-tourismus une étude sur la possibilité de mettre en œuvre le VTT dans la vallée et plus précisément au Nara ; les résultats ont été positifs et il a été proposé de créer *Flow-Trails* (sentiers de VTT) pour favoriser la pratique de la discipline à tous les groupes d'âge et niveaux (Comune di Acquarossa & Amici del Nara SA, 2016). Cependant,

⁵⁵ « un bel cielo stellato (al pari di una bella pista da sci o di una bella spiaggia) è una risorsa economica per la regione che ce l'ha, basta attrezzarsi con una strumentazione idonea che faccia lei stessa da richiamo. » (Traduction personnelle)

⁵⁶ « Ticino Turismo ha commissionato uno studio al grigionese Darco Cazin sulla possibilità della Mountain bike in tutto il cantone. Questo esperto ha girato un po' tutte le zone, ed ha fatto la presentazione di questo studio che era molto generico. Questo studio dimostrava come ci fossero delle belle zone tipo la Val Morobbia, il Luganese, la Capriasca, e poi la Valle di Blenio. » (Traduction personnelle)

Il est intéressant de noter que la prise de conscience de la nécessité de développer des sports alternatifs était déjà présente au début du millénaire. En fait, Bounabe (2002, pp. 75-76) dans son travail de mémoire souligne l'intérêt croissant pour des disciplines telles que le VTT, la randonnée, l'escalade, le canyoning et autres. Malgré cela, Bounabe recommande de diversifier au maximum cette offre sportive compte tenu de la faible stabilité de la requête. Le concept du VTT est aujourd'hui présent dans le Masterplan de la vallée (Ente Regionale per lo Sviluppo Bellinzonese e Valli & ASCOBLE, 2015).

À cet égard, l'association *Blenio Bike* a été créée dans le but de promouvoir le VTT touristiquement et de rapprocher les jeunes à cette discipline. L'association présente un site Internet avec les itinéraires, les informations et les possibilités d'hébergement. *Blenio Bike* est aussi impliqué dans le projet *Programma San Gottardo 2020*, qui vise à créer une seule zone dédiée au VTT, comprenant la Surselva, la Leventina, Andermatt et la Valle di Blenio (« Associazione Bleniobike », s. d.).

L'ERSBV gère, avec la OTR-BAT, la coordination des différentes synergies. Les parties prenantes sont multiples : les privés, les agriculteurs, *Blenio Bike* et les autorités publiques. Outre le VTT classique, l'ERSBV développe des itinéraires pour les e-bikes (vélos électriques). Les différents itinéraires sont créés conformément aux normes *Suisse Mobile*, une certification pour la mobilité lente (randonnée, VTT, chemins sans barrières architecturales). Ce processus implique des adaptations et, en ce sens, les diverses collaborations sont fondamentales.

Luca Bianchetti, maire de Serravalle, explique que le concept du VTT fonctionne bien dans sa commune : en Val Malvaglia, un itinéraire *Suisse Mobile* a été créé et la télécabine facilite le déplacement des amateurs. Bianchetti affirme que les itinéraires sont appréciés, en considération de nombreuses vidéos téléchargées sur les réseaux sociaux. Le maire de Serravalle affirme que beaucoup a été investi dans la vallée pour promouvoir ce sport : outre les itinéraires en Val Malvaglia et en Bovarina, il existe la volonté de créer des *Flow-Trails* dans la région de Nara et l'itinéraire 65 a été déplacé de la plaine à la montagne. Au cours des dernières années, le Nara a également essayé de se concentrer sur le *Bike Downhill*. Selon Ivo Gianora, toutefois, ce choix n'a pas eu beaucoup de succès, car cette discipline s'adresse à des utilisateurs avec des capacités avancées. La restauration de la rue historique « Sosto Vecchio » est également en cours ; elle coûtera environ 480 000 francs, principalement à la charge du canton (« Mezzo milione per restaurare la storica strada del Sosto », 2019).

Tableau 9 Analyse SWOT du projet « Vélo Tout Terrain »

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Territoire et climat appropriés • Impacts économiques répartis dans toute la vallée 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque d'infrastructures • Faible implication de la population résidente et opposition des agriculteurs
MENACES	OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence cantonale et nationale 	<ul style="list-style-type: none"> • Sport de plus en plus pratiqué • <i>e-bike et bike sharing</i> • Lien avec la restauration

Source : personnelle

Forces : comme l'ont montré les diverses études menées, la Valle di Blenio se prête bien à ce type de développement touristique sportif, grâce notamment à son climat et à la disposition de son territoire. L'ancien maire de Acquarossa, Ivo Gianora, estime que le MTB est la voie à suivre pour développer le secteur du tourisme de Blenio. En termes de climat, comme confirmé par De Leoni, la région du Nara a l'avantage de pouvoir commencer la saison estivale déjà vers mars avril par rapport à des régions telles que Lenzerheide (où les activités ont lieu de mai à juin), grâce à la dissolution plus rapide de la neige.

De plus, la pratique de cette activité ne se concentre pas dans un seul endroit, mais implique la globalité de la vallée. Pour cette raison, les revenus économiques générés par cette discipline seraient répartis sur l'ensemble du territoire blenieuse, en faveur des trois municipalités et des différents secteurs représentés (commerce, restauration, hôtellerie). Comme déclare Bounabe (2002, p. 76), le binôme formé par le tourisme et le sport n'a jamais créé d'immenses richesses, au moins à court terme. Odis De Leoni, bien conscient de ce fait, estime que de toute façon le VTT pourrait représenter une bonne relance du secteur : « si nous réussissions à amener au Nara de 50 à 100 personnes chaque fin de semaine qui mangeraient au restaurant de Cancorì, nous serions en mesure de garantir des entrées aussi bien pour le restaurant que pour la station⁵⁷ ».

Faiblesses : même si dans son travail de mémoire Bounabe (2002, p. 76) affirme que la discipline du VTT ne nécessite pas d'infrastructures spécifiques, il est possible affirmer qu'aujourd'hui ce secteur a changé. L'ancien directeur de Nara Gianluca Lepori affirme qu'« il faut toutefois savoir que le VTT, tel qu'on l'entend aujourd'hui, nécessite des infrastructures et qu'il n'est pas toujours possible de concilier ces choses avec la chasse ou l'agriculture⁵⁸ ». Comme déjà vu dans les chapitres précédents, d'un point de vue des infrastructures la Valle

⁵⁷ Traduction personnelle

⁵⁸ Traduction personnelle

di Blenio présente aujourd’hui des lacunes. Ivo Gianora confirme ce fait en déclarant que certaines infrastructures d’hébergement et services mieux équipés en matière de vélo devraient être construites pour favoriser le développement du VTT dans la vallée.

Une autre faiblesse du concept du VTT dans la Valle du Blenio concerne la faible participation de la population locale. Hormis l’exception liée à l’association *Blenio Bike*, les habitants *bleniesi* montrent peu d’intérêt pour ce type de développement. En effet, parfois les habitants eux-mêmes se plaignent de la création de routes, comme le confirme Ivo Gianora ;

Si quelque chose devait être fait avec le thermes, il ny aurait probablement pas de gros problème car les propriétés des privés ne seraient pas touchées ! Si nous commençons à concevoir quelque chose qui touche les propriétés de personnes, comme le VTT, nous commençons à avoir des problèmes.⁵⁹

Selon l’ancien maire de Acquarossa, seulement une partie de la population parvient à entrevoir le potentiel de ce concept, ce qui démontre qu’après tout le besoin de développement économique dans la vallée n’est pas si grand. Odis De Leoni affirme que récemment une réunion avec les différentes parties prenantes a été effectuée, mais il est peu probable que les voies prévues pour le Nara soient mises en œuvre ; certaines routes doivent traverser des terres récemment bonifiées, ce qui provoque l’opposition des propriétaires. Comme précisé par le politicien, l’initiative du Nara comprend 24 kilomètres de pistes, dont 50 % passeraient sur des terrains privés. Le maire conclut en déclarant qu’une variante passante que sur des terrains publics a été conçue, mais que les itinéraires générés étaient trop difficiles et peu attractifs. Ivo Gianora met également l’accent sur la complexité du processus : « ces chemins déterminent une intervention sur le terrain, avec un permis de construction... (...) la région est belle, mais presque totalement bonifiée, et il n’est pas évident de faire des interventions. D’un côté, c’est compréhensible ! Mais une solution peut toujours être trouvée !⁶⁰ ».

Walter Gianora fait valoir que les types de projets tels que le VTT doivent faire face aux problèmes dus à l’opposition des agriculteurs. Selon l’ancien homme politique, il ne faut parfois que plus de dialogue pour trouver la solution. Gianora ajoute que ce fait démontre qu’il y a

⁵⁹ « Se si dovesse realizzare qualcosa con le terme, probabilmente non ci sarebbero grossi problemi perché non si toccherebbero i problemi dei privati, anzi! Se invece si comincia a progettare qualcosa che tocchi le proprietà della gente come il Mountain bike si cominciano ad avere delle problematiche. » (Traduction personnelle)

⁶⁰ « questi percorsi determinano un intervento sul terreno, con le relative domande di costruzione... qui purtroppo la zona è bella ma è quasi totalmente bonificata, e non è evidente fare degli interventi del genere. Da una parte è anche comprensibile! Però una soluzione si può sempre trovare! » (Traduction personnelle)

beaucoup à faire au niveau de la société et qu'il est nécessaire de partir de petites initiatives et de ne pas s'attendre à créer des œuvres qui ne peuvent pas être réalisées immédiatement.

Enfin, l'agriculteur et président du conseil d'administration des remontées mécaniques de Campo Blenio, Gianni Martinelli, soutient que pour obtenir quelque chose, il faut être conscient de la nécessité de faire de petits sacrifices. Pour cette raison, soutient le fermier, nous ne devons pas exclure les cyclistes qui passent sur une propriété privée ; Martinelli explique comment, à l'époque, les prédecesseurs ont consenti des sacrifices considérables pour assurer le bien-être dont la région peut bénéficier aujourd'hui. Ainsi, conclut Martinelli, les jeunes d'aujourd'hui doivent en être conscients et se mettre au travail.

Menaces : la discipline du vélo de montagne se développe presque partout au Tessin et en Suisse. Même si certaines zones pourraient être considérées comme moins adaptées à la pratique de ce sport du point de vue du paysage et du climat que dans la Valle di Blenio, les moyens financiers importants et la plus grande initiative privée permettent une plus grande mise en ouvert du concept.

La discipline du VTT est en train de se développer presque partout au Tessin et en Suisse. Bien que les régions de la Surselva, Andermatt et de la Leventina ainsi que la Valle di Blenio seront considérées comme une seule région dédiée au VTT (*Programma San Gottardo 2020*), le manque d'installations d'hébergement dans la *Valle del Sole* ne fera probablement de la vallée qu'un stade de passage, limitant considérablement les impacts économiques potentiels. Pour réussir à se démarquer, la vallée doit pouvoir développer des logements spécifiques pour le secteur et mettre en évidence les éléments de différenciation, tels que l'absence de grands axes routiers.

Opportunités : le VTT représente un secteur de plus en plus intéressant, tant du point de vue des utilisateurs (Ente Regionale per lo Sviluppo Bellinzonese e Valli & ASCOBLE, 2015) que pour les stations touristiques : « Le vélo de montagne joue un rôle important dans le portefeuille d'activités de loisirs et de tourisme dans les Alpes européennes et dans de nombreuses autres destinations rurales.⁶¹ » (Pröbstl-Haider, Lund-Durlacher, Antonschmidt, & Hödl, 2018).

Directement liée à la discipline du vélo de montagne, la Valle di Blenio offre deux autres opportunités de marché : les vélos électriques et le concept de partage de vélos. En ce qui concerne le premier aspect, le marché est en croissance et afin de favoriser son utilisation sur le sol *blenie*, l'ERSBV a pris des mesures, grâce à diverses collaborations, pour installer

⁶¹ « Mountain biking plays an important role in the portfolio of leisure and tourism activities in the European Alps, and in many other rural destinations. » (Traduction personnelle)

des stations de recharge dans la région : il y en a actuellement 23, et avec ces colonnes est toujours présent un panneau avec les itinéraires et d'autres informations.

En ce qui concerne le concept de vélo partagé, l'ERSBV avec les municipalités de la vallée prévoit un système de stations (situées à Biasca et dans les trois communes *bleniesi*) qui permettra, en achetant un abonnement sur smartphone, d'accéder à un vélo électrique et de le laisser à une autre station, pour ensuite poursuivre le chemin comme désiré.

Dans la section relative aux forces de ce projet, le manque d'infrastructures permettant de développer davantage le concept du VTT dans la Valle di Blenio a déjà été mentionné. Malgré cela, une opportunité de développement du concept pourrait être la création d'un binôme d'offre composé du même VTT et du secteur de la restauration existant dans la vallée. À cet égard, Luca Bianchetti explique que la OTR-BAT a mis en avant le concept *Bike-Stop*, à savoir la mise à disposition par les restaurants d'un kit de réparation pour les cyclistes. Bianchetti précise toutefois que la participation privée est également requise dans ce cas ; selon le maire, la chancellerie municipale n'a pas pour tâche celle de fournir des pièces de rechange aux utilisateurs du VTT, mais sont les entrepreneurs privés qui doivent faire preuve de flexibilité afin de pouvoir offrir un service aux cyclistes en cas de besoin. Enfin, pour Luca Bianchetti, de petits services tels qu'un box pour laver le vélo pourraient être appréciés par les visiteurs et encourager le bouche-à-oreille. Pour le maire, faire de la Valle di Blenio la vallée du VTT pourrait augmenter l'afflux de touristes.

5.2.5 BLENIO VIVA

Bien qu'il ne s'agisse pas d'un véritable projet à vocation touristique, le service *Blenio Viva* a comme objectif celui de contribuer indirectement au tourisme local *bleniese*. Le service *Blenio Viva* consiste en une application pour smartphone permettant un échange d'informations de toutes sortes : annonces d'événements, communications d'institutions publiques et notifications diverses.

Pour mieux comprendre le projet, la responsable de l'initiative Alessia Baroni a été interrogée. Baroni explique que *Blenio Viva* est née comme un besoin des résidents secondaires, car la fusion des agences de tourisme semblait avoir enlevé un point de référence pour eux. Une recherche directement sur le terrain a ensuite permis de comprendre que le concept de communication dans la vallée était absent (à savoir la tenue d'événements spécifiques, l'offre de sociétés ou les annonces des institutions).

Cependant, la plateforme *Blenio Viva* ne vise pas que les résidents secondaires. Baroni affirme que les promoteurs se sont rendus compte que le manque de communication

concernait également les résidents locaux. Pour surmonter cela, ils ont donc créé ce système qui offre une attraction pour toutes les parties représentées dans la vallée ; habitants, institutions, touristes et résidents secondaires. Baroni souligne également que les dimensions de la *Valle del Sole* sont idéales pour la création d'une application intégrant tous les services, tant institutionnels que commerciaux, car ce fait permet une interaction de tous les utilisateurs.

Cet outil de réseautage est entré en service à l'automne et a jusqu'à présent enregistré d'excellents résultats, comme spécifie fièrement Alessia Baroni :

Nous avons enregistré 1 700 téléchargements jusqu'à présent, et je ne pense pas qu'ils soient tous des Vallerans, car la vallée enregistre une population de 5700 habitants ... cela me semblerait un peu excessif ! Mais 1'700 personnes ayant effectué, comme promotion, une seule conférence de presse et aucune publicité ... cela signifie que c'est un très bon résultat !⁶²

Baroni conclut en expliquant que la plateforme est financée en partie par les municipalités *bleniesi* et par *Gastro Bellinzona Alto Ticino*. Les membres de l'association sont des volontaires, mais l'objectif est de s'autofinancer en imposant une cotisation de base à ceux qui souhaitent créer une annonce et en recherchant des sponsors.

Tableau 10 Analyse SWOT du projet « Blenio Viva »

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> Concept unique dans la vallée qui regroupe toutes les offres Visibilité accrue de la vallée 	<ul style="list-style-type: none"> Faible participation des privés Développement technique limité de l'application
MENACES	OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> Préférence aux réseaux sociaux Fixation des prix 	<ul style="list-style-type: none"> Marché suisse allemand Résidences secondaires

Source : personnelle

Forces : en Valle di Blenio, comme confirmé par la promotrice Baroni, avant la création de *Blenio Viva*, le moyen de communication le plus répandu était l'utilisation de draps au bord des routes, système que les promoteurs de ce projet ne pouvaient plus supporter. La plateforme *Blenio Viva* permet à la place de centraliser toutes les informations sur un type de support (le smartphone) maintenant utilisé par tous. Ce service peut donc se vanter d'une grande praticité et d'une grande simplicité. Alessia Baroni a déclaré qu'à l'heure actuelle, le

⁶² « Abbiamo registrato fino ad ora 1700 download; e credo che siano tutti vallerani, perché la valle registra una popolazione di 5700 abitanti... mi sembrerebbe un po' eccessivo! Però 1700 download avendo fatto una conferenza stampa e nessuna pubblicità... vuol dire che è un ottimo risultato! » (Traduction personnelle)

90 % des utilisateurs ont formulé des commentaires positifs sur l'application.

La responsable du projet indique que l'objectif principal de *Blenio Viva* est d'accroître la visibilité à ceux qui veulent s'impliquer et qui veulent apporter quelque chose de concret à la vallée : ce fait génère un avantage à la fois pour la région, pour les résidents et pour les visiteurs. Baroni ajoute que, aux yeux extérieurs, la Valle di Blenio apparaît passive et peu attrayante ; selon elle, les éléments d'intérêt se trouvent également dans la *Valle del Sole*, mais elle n'a probablement pas été en mesure de les vendre correctement en raison du faible esprit d'entreprise des habitants.

Faiblesses : malheureusement, comme dans les projets précédents, même dans le cas de *Blenio Viva*, la participation active des habitants *bleniesi* laisse beaucoup à désirer. Alessia Baroni explique à ce propos que lors du lancement de l'application sur le marché, trois soirées d'information ont été organisées pour tous les secteurs représentés dans la vallée : seulement un petit nombre de sociétés a répondu favorablement à l'invitation.

L'application *Blenio Viva* est actuellement téléchargeable sur les divers systèmes d'application (App Store, Android et Google Play), mais il s'agit toujours d'une sorte de version provisoire ; les promoteurs entendent rendre cette plateforme encore plus simple et plus claire. Baroni déclare qu'actuellement, même les traductions en allemand sont faites de manière amateur ; dans cette perspective, l'association attend davantage une majeure collaboration avec ceux qui souhaitent faire une annonce (en fournissant le texte directement dans les versions italienne et allemande) et avec la OTR-BAT, qui pourrait s'occuper traduire les textes.

Menaces : aujourd'hui, la plupart des différentes entités *bleniesi* ont une page sur les divers réseaux sociaux, qu'elles utilisent afin d'attirer le plus grand nombre de personnes à leurs événements. Pour *Blenio Viva*, les réseaux sociaux peuvent être une arme à double tranchant. Tant que le service offert est gratuit, les gens y adhéreront sans problème, car les deux systèmes n'entraîneront aucun coût et le choix ne comportera pas d'arbitrage. Cependant, à partir du moment où *Blenio Viva* fixera des prix, certains pourront préférer Facebook ou Instagram pour leur promotion. Pour cette raison, *Blenio Viva* devra compter, lors de la fixation des prix, un nombre important de téléchargements qui justifierait le choix de cette méthode de promotion ; dans le cas d'un grand nombre d'utilisateurs, *Blenio Viva* sera plus ciblé que Facebook, car il n'atteindra que les utilisateurs concernés, impliqués dans le contexte de la vallée (habitants, touristes, résidents secondaires). Par conséquent, les choix stratégiques en matière de prix seront fondamentaux. Baroni précise que pour l'instant, l'idée est de proposer un droit de participation d'environ 150 francs (contrat de base de trois ans comprenant un certain nombre de notifications push réalisables) pour les activités commerciales, tandis que

pour les autres associations, seule une taxe d'adhésion à *Blenio Viva* serait proposée.

Le prix de 150 francs pour trois ans semble à première vue assez bas, compte tenu des travaux requis par *Blenio Viva*. Assurément, le fait de proposer un prix fixe serait en tout cas plus intéressant que le paiement pour chaque annonce faite. Malgré cela, on pourrait penser à proposer plus de possibilités de forfait (avec des durées de contrat différentes), afin d'augmenter les possibilités pour l'utilisateur.

Opportunités : la communication avec des utilisateurs de Suisse alémanique représente une grande opportunité de développement pour l'application *Blenio Viva*. Comme l'a souligné Baroni, beaucoup de visiteurs de la Valle di Blenio proviennent de cette région ; il semble donc logique de communiquer avec eux aussi. Pour cette raison, explique la promotrice, l'objectif concernant le proche avenir de la plateforme est de s'étendre au-delà des frontières de la vallée, dans le reste du Tessin mais aussi en Suisse alémanique.

Blenio Viva est né principalement dans le but de s'adresser principalement aux résidents secondaires, qui sont souvent moins informés des événements en Valle di Blenio. Pour cette raison, explique Baroni, il y aurait également la volonté, dans un délai de trois ans (pour ne pas voir l'enthousiasme se tarir), de créer une plateforme pour les rustiques comme l'avait été *Blenio Tour Rustici*. *Blenio Viva* veut relancer sur le marché ce patrimoine de la vallée :

Nous ne prévoyons pas de privatisation de cette plate-forme (...) car je pense qu'à présent ce marché a besoin d'une nouvelle confiance à cause de tout ce qui s'est passé au cours des dernières années (faillite de la plateforme *Blenio Rustici*, ndr.)... (...) une association à but non lucratif qui, à notre avis, peut être le bon moyen de pouvoir rejeter sans équivoque cette opportunité de la vallée sur le marché.⁶³

⁶³ « Non prevediamo una privatizzazione di questa piattaforma (...) perché penso che in questo momento questo mercato ha bisogno di una nuova fiducia; ne ha persa talmente tanta con tutto quello che è successo negli anni scorsi... un'associazione senza scopo di lucro pensiamo possa essere la via giusta per poter rigettare sul mercato in maniera univoca quest'opportunità della valle. » (Traduction personnelle)

6. ANALYSE DE LA VALLE DI BLENIO

La section sur les projets en cours a permis de comprendre que la Valle di Blenio n'est pas passive vis-à-vis du tourisme. Les institutions publiques investissent ; le Centre Nordique de Campra, le Centre Polisport, l'Observatoire de Gorda, le MTB et *Blenio Viva*, malgré les faiblesses et les menaces analysées, auront potentiellement un effet positif sur le secteur du tourisme *blenieuse*.

Cette section prévoit trois analyses différentes de la Valle di Blenio et de son potentiel d'un point de vue économique et touristique. Ces analyses prennent en compte toutes les informations rassemblées dans le présent travail de recherche : la revue littéraire, les faits historiques, la situation touristique et économique actuelle, l'enquête qualitative réalisée et les analyses des projets non réalisés et en cours.

Les analyses effectuées seront de type SWOT, TOWS et PESTEL. Ces analyses permettront de définir un profil large de la *Valle del Sole*, afin de pouvoir la comparer aux deux modèles de référence repris dans cet ouvrage (Diemtigtal et Ovronnaz, section 7).

6.1 ANALYSE SWOT

Comme indiqué à la section 5.2, l'analyse SWOT permet d'identifier les objectifs réels en analysant les potentiels et les faiblesses internes et externes. Ce type d'analyse permet de comprendre si le sujet analysé (dans ce cas la Valle di Blenio et son potentiel touristique) est suffisamment stratégique pour permettre une adaptation aux changements externes, s'il a besoin d'une nouvelle offre ou s'il devrait se reconvertis dans d'autres secteurs (Johnson et al., 2017).

Les forces et les faiblesses font partie de l'environnement interne de l'organisation (dans ce cas, la Valle di Blenio), tandis que les menaces et les opportunités représentent les éléments externes.

Tableau 11 Analyse SWOT de la Valle di Blenio

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Paysage « vierge » • Proximité de l'autoroute et de l'axe ferroviaire • Offre culturelle importante • Institutions prêtes à investir • Vallée ouverte sur les Grisons 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible participation de la population • Dépendance économique des municipalités à l'égard de diverses subventions • Manque d'installations d'hébergement
MENACES	OPPORTUNITÉS
<ul style="list-style-type: none"> • Dépeuplement et réduction des emplois • Situation économique défavorable 	<ul style="list-style-type: none"> • Marchés de niche • Résidents secondaires • Tourisme lié au sport et à l'agriculture • Développement de logements

Source : personnelle

Forces : l'enquête qualitative réalisée (point 4) met en évidence le fait que l'absence d'autoroute et d'axes ferroviaires dans la vallée peut être un avantage. À profiter de cette absence est en fait l'aspect lié au paysage et celui lié à la qualité de la vie, augmentant ainsi l'attractivité résidentielle de la Valle di Blenio. Par exemple, le maire de Serravalle, Luca Bianchetti, affirme que sa municipalité « est devenue ces dernières années une commune de résidence pour les familles “qui s'échappent” du Mendrisiotto ou d'autres situations très encombrées en termes de trafic⁶⁴ ». Malgré l'absence de grandes voies de communication, la vallée reste proche de l'axe nord-sud (et donc des centres tels que Zurich ou Milan).

Parmi ses particularités, la *Valle del Sole* peut se vanter d'un trésor culturel particulièrement riche. Sur le territoire *blenieise* sont présents divers monuments d'importance historique, tels que l'église de Negrentino, les ruines du château de Serravalle ou la Casa dei Pagani à Dongio. Existents également de nombreux lieux d'intérêt culturel : le musée de Lottigna, les ateliers Titta Ratti à Malvaglia et Genucchi à Castro et le Cinéma Blenio à Acquarossa. Comme l'explique le responsable Scapozza, le musée ethnographique de Lottigna organise de nombreuses activités hors site, impliquant également ces lieux d'intérêt culturel.

Une autre force ancrée au potentiel économique et touristique de la Valle di Blenio est liée à l'ouverture aux investissements des différentes institutions publiques. Bien que les ressources financières ne soient certainement pas au même niveau que les grands centres urbains, les différents organismes s'efforcent de créer toutes les conditions favorables au développement économique. Une confirmation de ce fait réside dans le projet de Campra (point 5.1.2) ; sur un investissement total de 16 millions de francs, la couverture des finances

⁶⁴ Traduction personnelle

publiques s'élève à environ 70 %. Bien que, pour toute sorte de projets, l'initiative doit venir principalement du secteur privé, l'intervention des institutions publiques est toujours nécessaire, comme le confirme Violier (2008, p. 132) : « L'identification d'un auteur pour chaque lieu touristique n'exclut pas l'intervention d'autres acteurs et notamment des institutions touristiques qui mettent en œuvre les politiques touristiques pour le compte des collectivités territoriales et locales.⁶⁵ ».

Enfin, la position géographique de la vallée présente un avantage par rapport aux autres vallées tessinoises : l'ouverture vers les Grisons garantie par le col du Lucomagno facilite en effet l'activité économique dans l'ensemble de la vallée ; selon ERSB, le passage de voitures (surtout en été) représente une opportunité constante et l'objectif reste de pouvoir « arrêter » les personnes qui passent. En ce sens, l'ERSBV s'est fixé comme objectif de faciliter l'accès à la vallée et aux principales voies de communication internationales.

Faiblesses : à la suite de l'analyse de l'enquête qualitative réalisée (point 4), il est ressorti de cela que, en général, dans la Valle di Blenio il n'y a pas d'esprit d'entreprise chez les citoyens, du moins selon les hommes politiques et les opérateurs touristiques. Ce manque limite le potentiel des projets *bleniesi*. Gianluca Lepori affirme à ce propos que « l'office du tourisme n'a pas de pouvoir concret, tout relève du secteur privé ! S'il n'y a pas de tourisme économique géré par des privés, l'organisme public peut tout faire, mais rien ne changera⁶⁶ ». Ce manque d'esprit d'entreprise, selon les différentes sources interrogées, est dû à une certaine fermeture envers les visiteurs externes et à une faible ambition (due à une situation économique générale plutôt bonne).

Sur le plan économique, comme le confirment les trois maires, les municipalités *bleniesi* jouissent d'une bonne santé avant tout grâce au système subsidiaire (contribution de localisation et de péréquation financière) qui prévoit l'apport d'une partie des flux financiers de des municipalités les plus grandes et les plus riches vers les plus petites. À l'heure actuelle, les municipalités ne sont pas financièrement indépendantes et, sans les diverses subventions prévues par la loi (comme soutenu par le maire de Acquarossa De Leoni), elles ne pourraient garantir que les services de base (école, maison de retraite) à sa population.

Comme indiqué à la section 3.3, à l'exception des chambres d'hôtes et des structures d'hébergement pour les groupes (centre Jeunesse+Sport, centre Pro Natura et autres), l'offre d'hébergement actuelle est plutôt précaire. Des logements « historiques » tels que l'Hôtel Posta et San Martino à Olivone ont dû fermer. De Leoni affirme qu'actuellement les installations d'hébergement classiques font défaut.

⁶⁵ Traduction personnelle

⁶⁶ Traduction personnelle

Menaces : le spectre du dépeuplement et de la réduction des emplois menacent en permanence des régions montagneuses telles que la Valle di Blenio. En fait, la croissance permanente des grands centres augmente continuellement l'offre d'emplois intéressants et le désir de réduire le temps de trajet domicile-travail pourrait amener de nombreux habitants à quitter la vallée. Heureusement, ce fait s'est surtout matérialisé dans les années 1980 (Fazioli & Tchertkoff, 1982), alors qu'aujourd'hui la population semble s'être stabilisée. Le directeur d'*Ovronnaz Tourisme* propose une réflexion intéressante sur cet aspect :

(...) une partie de cette population travaille en dehors des frontières de la vallée ; les voies de communication, sans être exceptionnelles, sont stables, donc les gens ont admis qu'il est possible de vivre dans la vallée en travaillant ailleurs. C'est pourquoi il n'y a même pas cette urgence, à mon avis, de se mobiliser. Si la Valle di Blenio commençait à perdre des habitants de manière importante, elle serait confrontée à une urgence démographique et il faudrait trouver des réponses (...). Les villages les plus périphériques perdent plus facilement des habitants car ils nécessitent de plus longs trajets pour se rendre dans les centres et se rendre au travail. Ce n'est pas un problème de la vallée, mais une problématique locale, des noyaux.⁶⁷

Un autre facteur susceptible d'influencer le développement touristique de la Valle di Blenio réside dans la situation économique. Le taux de change franc-euro constitue à cet égard un aspect fondamental ; un taux de change favorable pour les citoyens suisses pourrait les encourager à passer leurs vacances à l'étranger (et découragerait l'arrivée de visiteurs de l'extérieur).

Opportunités : contrairement à ce qui se passe dans les grandes destinations touristiques, où la différenciation devient de plus en plus difficile et la concurrence élevée, la Valle di Blenio a la possibilité de se distinguer à travers des marchés de niche. Selon Gianluca Lepori, le Tessin est principalement reconnu en Suisse grâce à ses deux grands lacs. Il est donc difficile de promouvoir ce canton en tant que région de montagne, car en Suisse au moins 50 % du tourisme est lié à la montagne, avec de meilleures infrastructures que celles du Tessin. Par conséquent, il est utopique de vendre la Valle di Blenio comme une « belle » région et se mettre en concurrence avec des régions telles que les Grisons ou le Valais. Lepori conclut en

⁶⁷ « (...) una parte di questa popolazione lavora fuori dai confini vallerani; le vie di comunicazione, senza essere eccezionali, siano stabili, per cui la gente ha ammesso il fatto che è possibile vivere in valle lavorando altrove. Ragion per cui non c'è nemmeno questa grande urgenza, secondo me, di mobilitarsi. Se la Valle di Blenio cominciasse a perdere abitanti in maniera importante, si sarebbe confrontati a un'emergenza demografica e bisognerebbe trovare le risposte (...). I villaggi più discosti perdono più facilmente degli abitanti perché implicano dei tragitti più lunghi per andare nei centri e per recarsi al lavoro. Però non è un problema di valle, bensì una problematica locale, di nuclei. » (Traduction personnelle)

déclarant qu'il faudrait probablement redéfinir les objectifs liés au tourisme, tout en sachant qu'un marché de niche n'implique pas des impacts économiques énormes.

L'aspect des marchés de niches est lié aux résidences secondaires. Ces structures pourraient être relancées, générant une sorte de tourisme local. De plus, avec une approche intégrative vis-à-vis les résidents, ce type de tourisme pourrait s'avérer particulièrement rentable en termes d'impacts économiques. Tarcisio Cima soutient ce secteur :

Au lieu de penser aux hypothétiques Japonais, Chinois ou Indiens à accueillir ici, il faut se rendre compte que nous avons un fort potentiel mais aussi une pratique consolidée des touristes de proximité. Le tourisme de proximité, qui a également un aspect intéressant du point de vue de l'environnement, (...) s'adresse à la population essentiellement tessinoise, à la population de Suisse alémanique et éventuellement à la région de la Lombardie.⁶⁸

Deux autres types de tourisme « de niche » qui pourraient être adaptés à la réalité *bleniese* sont ceux liés aux activités sportives et à l'agriculture. Compte tenu des structures actuelles dans la Valle di Blenio, ce type d'activités pourrait être parfaitement intégré au territoire. Comme vu dans la section 3, l'offre de sports d'hiver est garantie par la présence des stations du Nara, Campo Blenio (dont les infrastructures, cependant, comme le dit Lepori, enregistrent un « vieillissement » supplémentaire d'une vingtaine d'années du fait de l'absence d'importants investissements après leur mise en service) et Campra. En été, comme analysé dans le chapitre 5, la vallée est en train d'essayer à promouvoir la discipline du VTT. Un moyen d'encourager davantage ces activités pourrait être de créer des forfaits comprenant différents sports pouvant être pratiqués sur le territoire *bleniese*.

En ce qui concerne une plus grande implication de l'agriculture dans le secteur du tourisme, les conditions nécessaires semblent être présentes. En Valle di Blenio existent de nombreuses fermes et l'intérêt pour ce type de secteur est énorme, comme le confirme l'agriculteur Gianni Martinelli. Selon Martinelli, toutefois, pour faire de l'agritourisme, il est nécessaire de disposer d'un capital humain important : « Notre agriculture est de type intensif, de sorte que le temps à consacrer au client est limité. (...) si un visiteur reste dans un agritourisme où il n'est même pas accueilli le matin, il est déçu⁶⁹ ».

Compte tenu de la situation précaire actuelle en matière de nuitées dans la Valle di Blenio et compte tenu des opportunités liées au sport, au tourisme culturel, à l'agriculture et aux résidences secondaires, le développement de nouvelles installations d'hébergement (et la

⁶⁸ Traduction personnelle

⁶⁹ Traduction personnelle

relance des infrastructures existantes) pourrait être amélioré, afin de relancer le secteur du tourisme *bleniese*. Pour ce faire, il n'est pas nécessaire de créer des hôtels haut de gamme ; des structures spécialisées pour les amateurs de VTT seraient plus en ligne avec le concept de tourisme durable et de niche indiqué pour la Valle di Blenio.

6.2 ANALYSE TOWS

Afin d'approfondir l'analyse SWOT effectuée à la section 6.1, le présent chapitre propose une matrice TOWS (analyse SWOT croisée) appliquée au potentiel économique et touristique de la *Valle del Sole*. Ce schéma permet de réaliser une analyse encore plus détaillée en combinant les éléments internes et externes apparus dans l'analyse SWOT : chaque combinaison implique des choix stratégiques. Plus précisément, la combinaison de forces et de menaces implique des choix visant à utiliser les forces pour minimiser les menaces ; dans le second cas, les faiblesses doivent être minimisées pour éviter les menaces ; dans la troisième combinaison, il est nécessaire d'utiliser les forces pour tirer parti des opportunités, tandis que dans la dernière, les décisions stratégiques doivent permettre de réduire les faiblesses pour saisir les opportunités (Dyson, 2004 ; Ravanavar & Charantimath, 2012 ; Wehrich, 1982).

Tableau 12 Analyse TOWS de la Valle di Blenio

	FORCES	FAIBLESSES
MENACES	<ul style="list-style-type: none"> Marketing territorial 	<ul style="list-style-type: none"> Relance des résidences secondaires
OPPORTUNITÉS	<ul style="list-style-type: none"> Agritourisme Forfaits touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisation à l'entrepreneuriat dans les écoles

Source : personnelle

Forces et menaces : en effectuant des opérations de marketing territorial, la Valle di Blenio aurait la possibilité (en utilisant les caractéristiques de son propre paysage) de réduire, voire éliminer les menaces liées à un dépeuplement potentiel ou à un appauvrissement des offres d'emploi. Comme vu dans le premier chapitre, un processus de marketing et de planification peut apporter une richesse considérable à une région (Kotler, Bowen, & Makens, 2010, p. 387).

Le concept de marketing territorial vise avant tout à attirer de nouvelles entreprises capables d'apporter une richesse économique sur le lieu de l'implantation. En conséquence, ce processus peut conduire à un renforcement de la population locale. Comme indiqué par Proulx & Tremblay (2006, p. 253), une application correcte du marketing territorial implique une grande flexibilité, car le simple fait de réagir à des situations de crise peut amener les autorités publiques à prendre des décisions inefficaces. Selon les mêmes auteurs, ce processus nécessite une certaine connaissance du territoire, de ses vertus et des investisseurs qu'il souhaite attirer.

Comme observé dans les autres sections, le cas de la Valle di Blenio vise plutôt le développement durable. Pour cette raison, le marketing territorial appliqué à la *Valle del Sole* serait destiné aux petites et moyennes industries (PME), respectueuses de l'environnement et pouvant satisfaire les besoins de la population *blenieuse*. L'implantation de nouvelles entreprises relancerait le secteur économique de la vallée et garantirait des recettes fiscales plus importantes aux municipalités.

Proulx & Tremblay (2006, pp. 252-253) concluent en déclarant qu'aujourd'hui pas toutes les autorités municipales font autant d'efforts dans ce domaine ; cependant, en général, au début du nouveau millénaire, de nombreux centres urbains ont renforcé ce département dans le but d'attirer davantage d'industries étrangères. En ce qui concerne les méthodes de promotion, les auteurs précisent qu'aujourd'hui, différentes méthodes sont utilisées : publicité standard destinée aux investisseurs locaux et étrangers, création de réseaux de connaissances (parfois commandés à des bureaux spécialisés), réunions d'information, guides *d'investissement* (matériel d'information sur tout ce qui concerne une potentielle implantation dans la zone promue) et Internet.

Faiblesses et menaces : comme vu dans la section consacrée aux projets passés (points 5.1), l'arrivée d'un investisseur intéressé à la réalisation d'une grande structure touristique apparaît utopique, précisément à cause du manque d'infrastructures dans la *Valle del Sole*. Pour cette raison, le seul moyen pour la Valle di Blenio de minimiser sa faiblesse en ce qui concerne le manque d'installations hôtelières est de tirer le meilleur parti des ressources existantes ; aujourd'hui, la seule ressource capable de relancer ce secteur est constituée par les résidences secondaires. Cette relance contribuerait également à éviter les menaces liées à un dépeuplement potentiel.

La maire de Blenio Boschetti Straub se concentre toutefois sur le changement des habitudes des gens : selon elle, le coût élevé d'une maison secondaire et la baisse des prix des vacances internationales ont entraîné un changement d'approche. Pour cette raison, comme confirmé par Walter Gianora, il est nécessaire de bien choisir la clientèle cible et de se concentrer sur des éléments de différenciation réels afin d'éviter de créer un sentiment de déception parmi les visiteurs. La même Gianora souligne les éléments forts de ce secteur :

Nous devons mettre en valeur cette tranquillité, le vert, la paix ... (...) dans les montagnes il n'y a même pas une mouche qui vole, il est possible d'entendre le coucou chanter, avec le rugissement de l'eau en arrière-plan ... pour une personne qui vit dans une ville, avec une cravate toute la journée, pouvoir arriver ici, allumer la

cheminée et jeter la cravate, c'est le rêve ! Cet exemple démontre l'existence d'un segment de marché de personnes qui cherchent des choses simples !⁷⁰

En outre, pendant les périodes de séjour, les résidents secondaires seraient des habitants *bleniesi* supplémentaires, en renforçant la démographie régionale et en participant activement au secteur économique local. En ce qui concerne les clients cibles, Gianluca Lepori déclare que de nos jours la plupart des utilisateurs de résidences secondaires sont des familles. Pour cette raison, la localité doit être cohérente et proposer des offres touristiques en adéquation avec ce segment de clientèle.

Enfin, la relance des résidences secondaires (qui prévoirait tout d'abord une simplification de la location par la création d'une plateforme et une commercialisation plus active) permettrait de surmonter même une situation économique défavorable pour le marché touristique suisse ; ceux qui ont une résidence secondaire n'ont généralement pas de coûts variables, et la planification de vacances ne serait donc pas influencé par les facteurs économiques.

Forces et opportunités : les choix stratégiques visant à utiliser les points forts de la Valle di Blenio pour saisir les opportunités définies dans l'analyse SWOT réalisée précédemment envisagent un développement plus important (par rapport à l'état actuel) de l'offre d'agrotourisme et la création de packages d'offres touristiques. Ces deux aspects permettraient en effet d'utiliser les particularités liées au territoire *bleniese* afin d'exploiter les opportunités liées surtout aux marchés de niche et aux résidences secondaires.

En ce qui concerne le secteur de l'agrotourisme, il existe aujourd'hui dans la vallée quelques structures de ce type, mais ce compartiment pourrait être mieux mis en œuvre. En outre, selon Gianni Martinelli, actuellement ces structures compromettent l'activité des restaurants de la vallée : « Les agritourismes sont bons s'ils peuvent garantir un accueil de A à Z, mais s'ils consistent uniquement en une ferme qui ne propose que des fêtes, ils vont compromettre la restauration classique d'une région "pauvre" comme la nôtre ! ». Pour cette raison, l'agriculteur pense qu'une solution possible pourrait être une collaboration entre les fermes et les restaurateurs eux-mêmes : selon Martinelli, le restaurant peut vendre les produits de la ferme et peut proposer la visite de la même à ses propres clients.

La proposition de forfaits touristiques pourrait être un facteur attrayant pour les visiteurs externes et les résidents secondaires. Claudia Boschetti Straub affirme que ces forfaits pourraient être concentrés sur une période limitée de deux ou trois jours et être thématiques pour adapter au mieux l'offre en fonction des différents besoins des visiteurs : « La culture,

⁷⁰ Traduction personnelle

l'observatoire et l'aspect scientifique (...) en organisant des visites guidées par exemple du pont roman à l'observatoire... ou sur le sport, la biologie, la faune. Ou simplement la détente avec des promenades et des activités plus douces ».

Forces et faiblesses : Pour surmonter le problème de la faible participation active de la population dans le secteur du tourisme et pouvoir ainsi profiter des opportunités liées à ce marché, le concept lié à l'esprit d'entreprise pourrait déjà être traité au niveau de l'école. L'ancien directeur de *Blenio Turismo*, Edgardo Mannhart, estime que le secteur du tourisme devrait être traité non seulement sur le plan technique et théorique, mais également sur les aspects liés à la réception.

Le maire de Acquarossa De Leoni, pour sa part, affirme que les sujets à traiter dans les écoles doivent être différents et que, en partie, ils ont déjà été analysés :

En ce qui concerne l'aspect touristique, que peut faire l'école ? Peut-il aider les enfants à connaître toutes les particularités et les beautés de la vallée ... mais réussir à concrétiser le concept de promotion est difficile. Il faut sensibiliser, et je trouve que c'est déjà fait, de traiter des problèmes tels que le développement durable de toutes les activités présentes dans la Valle di Blenio.⁷¹

6.3 ANALYSE PESTEL

Les analyses SWOT et TOWS ont permis de faire le point sur l'environnement interne et externe de la Valle di Blenio, bien que l'analyse a été assez brève en ce qui concerne l'aspect externe. Pour approfondir ce dernier aspect, une analyse PESTEL est proposée. Les éléments contenus dans l'acronyme PESTEL (politique, économie, société, technologie, écologie et législation) influencent le choix des différents marchés (Theobald, s.d., p. 3). Le modèle PESTEL, selon la même autrice, permet d'analyser l'aspect macroéconomique fondé sur des situations et des évolutions économiques spécifiques, afin de mieux définir les choix stratégiques.

Facteur politique : en ce qui concerne l'aspect politique, le potentiel touristique de la Valle di Blenio est principalement lié à l'octroi de diverses subventions visant à favoriser la réalisation de projets. Comme indiqué dans la section 4 (analyse de l'enquête qualitative), les autorités cantonales soutiennent suffisamment les initiatives proposées par la population *blenieuse*. L'enquête a toutefois révélé qu'il est possible d'améliorer le soutien aux initiatives de tourisme privé. De plus, selon certaines personnes interrogées, la politique actuelle prévoit encore trop de bureaucratie, ce qui implique des processus longs et complexes pour la mise en œuvre des projets.

⁷¹ Traduction personnelle

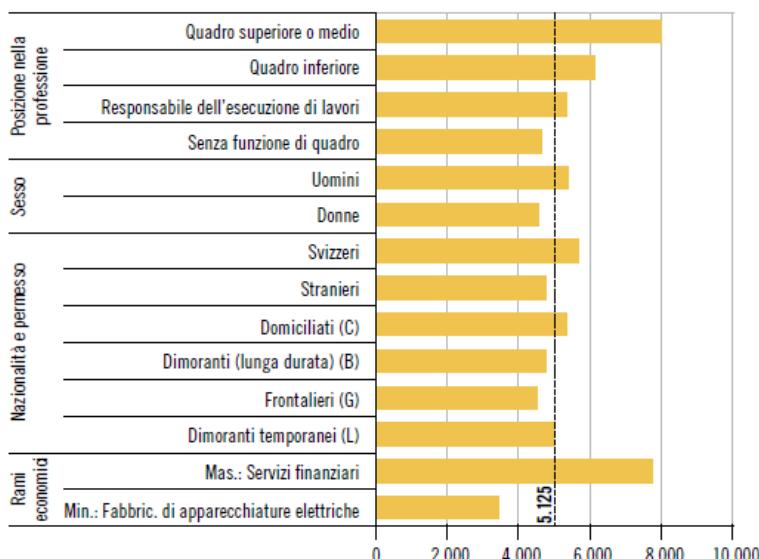
Selon l'ancien directeur de la station du Nara, Gianluca Lepori, la décision concernant la fusion des quatre offices de tourisme régionaux (Blenio, Leventina, Riviera et Bellinzona) dans une seule entité a été dictée par l'aspect politique :

Du point de vue du touriste, il est légitime de demander à quoi sert cette fusion. À mon avis, le problème était de gérer les châteaux de Bellinzona et de gérer les bureaux d'information locaux de Blenio et Leventina (car à mon avis, la Riviera et Biasca ne sont pas des destinations touristiques) ... quel est l'intérêt de créer une organisation de la taille d'une société holding pour gérer deux kiosques ? (...) Selon moi, il sagissait d'une réponse politique à un problème économique : l'homme politique ne peut pas dire qu'il veut créer une grande organisation uniquement pour la Valle di Blenio. Mais sommes-nous sûrs que la structure actuelle (qui est supérieure à la somme de ce qui a été fait auparavant) soit plus efficace ?⁷²

Facteur économique : la situation économique de la *Valle del Sole* est relativement bonne, même si, comme l'ont déclaré les trois maires, les municipalités sont en mesure de garantir une bonne quantité de services aux habitants, notamment grâce au nivellation financier. En ce qui concerne la situation cantonale, comme le montre le graphique ci-dessous, le revenu moyen est relativement élevé. Seul le secteur de la construction d'appareils électriques n'atteint pas la moyenne de 4 000 francs par mois.

Au niveau macroéconomique, comme précisé par Gianluca Lepori, la situation économique générale est cruciale pour l'afflux de visiteurs dans déterminés destinations touristiques. L'actuel directeur d'*Ovronnaz Tourisme* explique en effet comment, après 2010, la station valaisanne a été absorbée par la crise du secteur du tourisme (due au renforcement du franc suisse), qui a mis la même station en concurrence avec des destinations aussi importantes que Zermatt (qui, afin de ne pas subir de baisse du nombre de visiteurs, a dû baisser ses prix).

⁷² Traduction personnelle

Figure 12 Salaire mensuel brut standardisé dans le secteur privé au Tessin, 2014

Source : Annuario Statistico Ticinese, Repubblica e Cantone Ticino & al., 2018 ; RSS

Facteur sociologique : l'enquête qualitative réalisée a également mis en évidence les différentes caractéristiques de l'aspect social de la vallée. Plusieurs personnes interrogées ont déclaré que la faible participation active de la population dans le secteur du tourisme peut être attribuée à une vie sociale maintenant moins présente. Par conséquent, l'approche de la méthode participative analysée dans le deuxième chapitre de ce travail n'est pas utilisée et pourrait représenter une ressource importante pour un potentiel développement économique *bleniese*.

Plusieurs répondants ont également déclaré qu'une bonne partie de la population vivait de manière plutôt négative la relation avec les visiteurs externes. Comme le montre la révision littéraire de cette œuvre (voir point 2.3.2), ce fait pourrait être dû à la peur de voir le patrimoine culturel et environnemental se détériorer.

Facteur technologique : bien que le phénomène de la digitalisation n'ait pas encore complètement « envahi » la vallée, les signes d'une modernisation des processus commencent à être visibles. L'application mobile *Blenio Viva* en est un exemple (point 5.2.5). Cependant, en dehors de la vallée, ce phénomène fait déjà partie intégrante de la normalité (avec, par exemple, les services de réservation en ligne). Pour cette raison, la vallée a encore besoin de quelques avancées technologiques pour suivre le rythme de cette époque, surtout à niveau touristique. Par exemple, la vallée pourrait à l'avenir créer une offre qui permettra de visiter virtuellement les différentes attractions culturelles grâce à la technologie de réalité augmentée. Il est clair que pour proposer des produits similaires, sont nécessaires des

collaborations avec des établissements d'enseignement supérieur, des universités et des entreprises spécialisées.

En termes de communication, la Valle di Blenio a encore des progrès à faire en ce qui concerne les réseaux sociaux. En fait, sur les différents canaux, il est possible de trouver la page de la OTR-BAT, qui promeut toutefois les quatre régions représentées. Ce qui manque, c'est donc une page officielle de la vallée, capable de faire connaître la région également en ligne.

Facteur écologique : de nos jours, l'aspect écologique devient de plus en plus important. La politique confirme également cette tendance : le parti vert a connu une croissance dans la plupart des cantons suisses, à l'exception du Tessin. Selon Piero Martinoli, les Suisses allemands ont un esprit écologique plus marqué : « il suffit de regarder les verts qui défilent au nord du Gothard, alors qu'ici au Tessin ils défilent sur place, car les Suisses allemands sont plus sensibles à ces choses ». Bien qu'elle ne soit pas affectée par les principales voies de communication, la *Valle del Sole* doit néanmoins être attentive à l'impact environnemental des projets proposés. Tommaso Fiorini, dans le cadre du projet lié à la laiterie Valle di Blenio, met en garde sur les conséquences négatives qui peuvent entraîner certaines propositions ; l'architecte affirme avoir assisté à la présentation du cas d'une entreprise pharmaceutique qui avait choisi le Val Bregaglia uniquement pour bénéficier d'avantages fiscaux, présentait une main-d'œuvre étrangère et vendait les produits (fabriqués à partir de matières premières étrangères) hors des frontières suisses ; cette opération « n'a généré que du trafic ».

Facteur légal : parmi les divers aspects législatifs liés au potentiel touristique de la Valle di Blenio, à niveau interne les concepts relatifs à la taxe de séjour et à la *Lex Weber* (tous deux concernant les résidents secondaires) sont le sujet du débat. La première prévoit l'interdiction de la construction de résidences secondaires dans les communes suisses où le taux de ce type de logements dépasse 20 % du total des logements et est en vigueur dès 2016 (RSINews, l'informazione della Radiotelevisione, 2015). En plus de poser des difficultés évidentes aux régions riches en résidences secondaires telles que la Valle di Blenio, cette loi s'ajoute, selon Boschetti Straub, aux problèmes liés aux coûts élevés à payer pour les résidents secondaires et a également entraîné des conséquences économiques négatives pour la vallée :

Les résidences secondaires sont harcelées, il faut payer pour l'eau, les déchets, les lits, et peut-être pour utiliser ce logement uniquement pendant une semaine par an ! Nous avons déjà perdu une grande quantité de petites et moyennes entreprises avec la *Lex Weber*, car le marché des restructurations était économiquement important pour la vallée : entreprises de construction, menuisiers ... il y avait du mouvement ! Presque tout le monde a commencé à

faire quelque chose, réactivé, même à intervalles réguliers, de père en fils quand il avait une famille avec de jeunes enfants et oui ça commençait à revenir ... et tout a été arrêté ! Maintenant toutes ces fermes vont seffondrer !⁷³

En revanche, au niveau cantonal, deux modifications législatives majeures ont récemment été appliquées : la fusion des offices de tourisme de Bellinzona, Riviera, Leventina et Blenio et la création d'une politique économique régionale.

⁷³ Traduction personnelle

7. BENCHMARKING

Le terme *benchmarking* contient le terme « Benchmark », ce qui signifie « paramètre de référence ». Dans le secteur économique, le *benchmarking* représente un modèle de gestion visant à faciliter la prise de décision (Stelli, 2006, p. 12).

Dans cette section, deux analyses *benchmarking* sont proposées afin de mieux positionner l'offre actuelle de la Valle di Blenio, bien comprendre le potentiel vis-à-vis aux marchés visés et proposer de potentielles solutions par rapport à un possible développement économique de la région. Cette analyse permet également de mettre davantage en évidence les principales différences entre la Valle di Blenio, la vallée de la Diemtigtal et la région d'Ovronnaz.

7.1 DIEMTIGTAL

La vallée de la Diemtigtal est située dans le canton de Berne, au nord-ouest du lac de Thoune. Cette vallée, avec ses 130 km², est la plus grande vallée latérale de ce canton. Le territoire comprend huit communes (Oey, Diemtingen, Bächlen, Horben, Riedern, Entschwil, Zwischenflüh, Schwenden) et compte 2 200 habitants. Avec ses 67 hectares de terres, la Diemtigtal est la plus importante région agricole alpine de la Suisse.

En 2011, l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) a désigné la Diemtigtal en tant que parc naturel régional, grâce à la synergie existante entre les autorités municipales de Diemtingen et de Zweisimmen, la population et les différents acteurs impliqués (« Diemtigtal - Diemtigtal Regional Nature Park - Our Valley, Your Park », s. d.). Comme tout parc naturel, le parc régional de la Diemtigtal implique également un mandat d'exécution de dix ans. Compte tenu de la fin imminente de cette période, un nouveau vote est prévu pour le printemps 2020 afin de renouveler ou non ce concept.

Figure 13 et 14 Diemtigtal



Source : photos de l'auteur

Afin d'approfondir tous les aspects liés à la réalité économique et touristique de la Diemtigtal, le directeur du *Team Naturpark Diemtigtal* Norbert Schmid a été interrogé. Schmid soutient que l'économie de la vallée bernoise est composée d'un tiers du secteur du tourisme, d'un tiers de l'agriculture et d'un tiers des autres domaines économiques (PME).

La Diemtigtal enregistre environ 30 000 nuitées par an. Les installations de réception sont composées de logements pour groupes et de cabanes ; dans la vallée, précise Schmid, il n'y a qu'une seule infrastructure hôtelière avec une capacité de plus de 100 lits.

7.1.1 STRATÉGIE TOURISTIQUE

La stratégie touristique de la région de la Diemtigtal est étroitement liée au concept du parc naturel régional. Au niveau organisationnel, la gestion du parc et l'office de tourisme coïncident dans une seule entité. Sur le plan économique, toutefois, cette union dispose de deux budgets différents : le parc bénéficie d'un budget d'environ 1,1 million de francs et consiste en une contribution de 40 % de la Confédération, 30 % du canton et 30 % de l'office de tourisme du Diemtigtal. En revanche, l'office du tourisme (qui, comme affirmé par Schmid, maintient son indépendance et possède son propre conseil d'administration) bénéficie d'un budget de 360 000 francs. Schmid explique comment, dans le Diemtigtal, toutes les réalités économiques (entreprises, exploitations agricoles, etc.) qui tirent des bénéfices directs ou indirects du secteur du tourisme paient une taxe de « promotion du tourisme » qui témoigne de leur identification avec ce secteur. Le responsable de l'organisation reconnaît que le fait de payer une taxe n'est jamais un plaisir, mais précise que cette contribution permet de disposer d'un budget supplémentaire d'environ 60 000 francs par an.

Pour le directeur Norbert Schmid, l'élément du parc est fondamental dans la stratégie touristique de la région de la Diemtigtal ; selon lui, en effet, ce concept est un puissant moyen de marketing pour les zones rurales, la nature, la culture au service de l'environnement, la sensibilité environnementale, les entreprises et la société. Le directeur du *Team Naturpark Diemtigtal* explique qu'entre 2016 et 2017, ils ont procédé au développement de la marque afin de la rendre systématique et reconnaissable vis-à-vis les habitants, facilitant ainsi son acceptation au niveau populaire. Les gestionnaires du parc régional ont ensuite créé une image coordonnée de la région : « Nous pensons que le contenu, les paroles, les histoires sont notre stratégie, nous voulons donc nous démarquer du contenu des autres⁷⁴ ».

⁷⁴ Traduction personnelle

Le parc représente un grand créateur de valeur, mais il nécessite également des projets et un niveau de qualité visant à répondre aux besoins des investisseurs. La stratégie touristique de la Diemtigtal, comme confirmé par Norbert Schmid, est étroitement liée au mandat de performance du parc régional. Malgré cela, le fait de disposer d'un budget « autonome » permet à l'office de tourisme de travailler également sur d'autres aspects. En termes d'offre, le point culminant est atteint pendant la saison estivale. L'activité principale est la randonnée ; la vallée dispose d'un réseau de sentiers de plus de 200 km, également soutenu par l'attractivité d'une agriculture développée (les *Alpwirtschafts Gemeinde*, ou agriculture mixte). En fait, Schmid indique que la région compte plus de 130 fermes, principalement familiales, qui produisent toutes sortes de produits. Le réseau des sentiers est composé de différents types de sentiers ; existe, par exemple, des itinéraires thématiques pour les familles, tels que celui du Grimmialp, qui accueille 8 à 9 000 visiteurs pendant la saison estivale. Il existe également différents types d'attractions permettant de diversifier l'offre, comme les jeux d'eau de Tiermatti ou la lutte suisse à Springenboden. En hiver, la vallée offre la pratique du ski alpin et de fond, mais elle est surtout reconnue pour le ski de randonnée.

Cependant, le directeur du *Team Naturpark Diemtigtal* admet que la vallée est de plus en plus confrontée à une tendance négative qu'impose des défis importants :

Les entreprises liées à la gastronomie sont en train de fermer. Cette année nous avons l'intention de réaliser une étude sur la création de valeur pour les touristes, afin de comparer les données avec celles de 2006. Un autre défi est lié au concept de la qualité et de la sensibilisation au tourisme : chez nous les activités qui visent le tourisme représentent le 30%, mais en réalité ce n'est rien car d'autres endroits ont le 100% (par exemple, Zermatt) et, par conséquent, le tourisme est davantage conçu comme priorité.⁷⁵

Le tourisme dans le Diemtigtal est de type régional ; en fait, comme l'a expliqué le directeur du *Team Naturpark Diemtigtal*, 80 % des clients viennent du canton de Berne, 10 % du reste de la Suisse et le reste de l'étranger. En ce qui concerne le profil des touristes, l'organisation touristique ne fait aucune distinction, car elle s'adresse à tout type de visiteurs : groupes, familles, personnes âgées, écoles et entreprises.

Outre la marque de parc naturel régional, l'un des principaux facteurs de succès est la participation active des privés dans le secteur du tourisme. Norbert Schmid explique que la relation entre la population et le parc est bonne. Le fait que le Diemtigtal soit une réalité relativement petite aide dans ce sens : « Contrairement aux autres parcs naturels qui comptent vingt municipalités, la géographie n'est pas aussi homogène qu'ici. Une vallée, une

⁷⁵ Traduction personnelle

communauté, un parc⁷⁶ ». Pour Schmid, l'argument relatif aux limitations des libertés privées impliquées par le parc régional est toujours utilisé par les opposés, mais en réalité il s'agit simplement d'une série de lois comme d'autres.

7.1.2 LIENS AVEC LA VALLE DI BLENIO

La réalité de la Diemtigtal présente plusieurs aspects qui peuvent être reliés à la Valle di Blenio. Le plus important est certainement la plus grande participation active de la population de la vallée bernoise comparé à celle *bleniese*. Interrogé sur cet aspect, Norbert Schmid déclare que, même s'il est moindre par rapport à des endroits tels que Zermatt, Grindelwald ou Davos, la sensibilité populaire du tourisme est bonne ; « Ils font [les habitants] plusieurs choses : agriculture, remontées mécaniques en hiver, des produits locaux (...) il faut travailler avec ce qu'il y a à disposition⁷⁷ ». Au niveau des employés, le *Team Naturpark Diemtigtal* se concentre sur l'identité de la vallée. Norbert Schmid explique que les employés de l'organisation touristique habitent tous dans la région et connaissent bien l'offre proposée. En fait, ils visitent souvent personnellement les différents sentiers pendant leur temps libre.

Cependant, la vraie différence avec la Valle di Blenio réside dans la collaboration spontanée des habitants pour jouer le rôle de « guide » dans la vallée bernoise :

Nous avons des gens dans la vallée qui sont volontaires pour des excursions. Ils font de nombreuses excursions dans le parc naturel, (...) il y a des habitants qu'organisent des promenades guidées dans la neige et des excursions dans les maisons pour découvrir la culture de la région.⁷⁸

Même s'ils sont des volontaires privés, explique Schmid, l'organisation touristique de Diemtigtal les rémunère (environ 60 000 francs par an), faisant la preuve de l'utilisation de la méthode participative (section 2.3.2). La vallée peut actuellement bénéficier de l'aide de plus de 200 habitants « guides ». Même au niveau des résidents secondaires, la Diemtigtal bénéficie d'un degré élevé d'identification ; l'organisation touristique organise souvent des événements d'information, auxquels participent volontiers les résidents secondaires, ouverts et reconnaissants envers ce qui se fait sur le plan touristique. Cependant, les responsables touristiques ont constaté que les propriétaires de résidences secondaires souhaitaient louer leur maison à d'autres visiteurs pendant des périodes déterminées, mais ils hésitaient, car actuellement il n'existe pas de soutien local (gestion des clés, nettoyage des appartements, etc.). Pour cette raison, les responsables s'efforcent de trouver une solution à ce problème.

Sur le plan privé, le secteur joue un rôle extrêmement important pour l'organisation

⁷⁶ Traduction personnelle

⁷⁷ Traduction personnelle

⁷⁸ Traduction personnelle

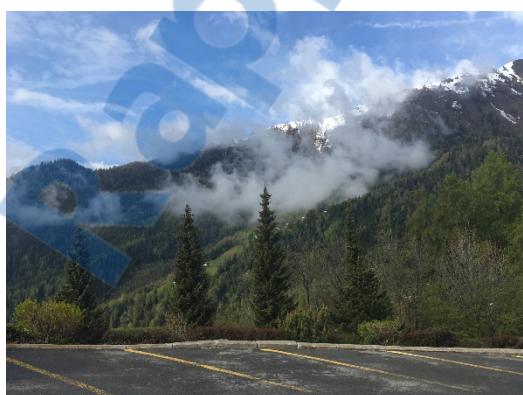
touristique de Diemtigtal. Schmid confirme que dans la vallée bernoise, les agriculteurs exercent diverses activités ayant une répercussion économique et touristique : vente de produits locaux, appartements de vacances, possibilité de visiter leur propre ferme et en hiver, travail dans les stations de ski. Pour assurer cette proactivité, Schmid avertit toutefois qu'il est essentiel de dialoguer avec cette catégorie, de démontrer sa disponibilité pour tout besoin et de conclure des accords. De cette manière, l'on obtient une plus grande unité de la part des paysans. Comme le montre l'analyse SWOT sur la Valle di Blenio à la section 6, le manque de collaboration avec le monde agricole est l'une des faiblesses de la *Valle del Sole* ; l'exemple du Diemtigtal peut donc servir de source d'inspiration en ce sens.

Enfin, le Diemtigtal peut être connecté à la réalité *blenieuse* dans le cadre de projets futurs : la vallée bernoise a pour objectif de développer l'offre liée au VTT (tout comme la vallée tessinoise). De plus, comme illustré par Norbert Schmid, la Diemtigtal entend augmenter le nombre de toilettes sur le réseau de randonnée, encourager la pratique de sport en général, sensibiliser davantage à l'environnement et favoriser le respect et les échanges entre la population locale et les visiteurs. Cette vallée bernoise entend également éléver le niveau de qualité de ses restaurants en apportant son soutien et ses conseils. La même région souhaite également renforcer l'intégration des produits locaux (déjà en vente dans les filiales Coop avec la marque *Naturparkprodukte*).

7.2 OVRONNAZ

Située entre Sion et Martigny, à 1350 mètres d'altitude, la station valaisanne d'Ovronnaz est principalement connue pour ses thermes. Ovronnaz fait partie de la commune de Leytron, qui compte 3 215 habitants au 31.12.2018 (mais peut atteindre 6000 unités pendant les hautes saisons touristiques) (Commune de Leytron, s. d. ; Sierro, 2017, p. 4).

Figures 15 et 16 Ovronnaz



Source : photos de l'auteur

Afin d'approfondir l'aspect touristique et stratégique lié à la localité d'Ovronnaz, l'auteur de ce travail a procédé à interviewer Gianluca Lepori, actuel directeur d'*Ovronnaz Tourisme*. Lepori a également occupé le poste de directeur de la station de ski de Nara de 1992 à 1997, développant ainsi une certaine connaissance de la réalité touristique de la *Valle del Sole*. Les connaissances de Lepori sur la *Valle di Blenio* ont permis une comparaison plus approfondie de la région *bleniese* avec celle de la localité valaisanne.

Gianluca Lepori indique que la commune de Leytron, située entre Sion et Martigny et disposant d'une entrée d'autoroute, a peu développé le secteur du tourisme pour se concentrer davantage sur d'autres domaines économiques. Selon Lepori, la population de cette municipalité n'a jamais fait du tourisme une priorité économique.

7.2.1 STRATÉGIE TOURISTIQUE

La stratégie touristique d'Ovronnaz repose principalement sur le célèbre centre thermal construit dans les années 1990. La structure, comme l'a souligné Lepori, a permis de doubler le nombre de nuitées en deux ans et d'augmenter progressivement le nombre de lits. Le directeur d'*Ovronnaz Tourisme* confirme que cette augmentation a également eu un impact positif sur la station de ski, qui a également doublé le nombre de visites.

Malgré le succès de l'infrastructure thermale, la ville a décidé au début des années 2000 d'investir et de diversifier l'offre, comme le confirme Lepori :

(...) nous avons réalisé que nous « vivions » trop grâce aux effets du centre thermal ; (...) le domaine skiable n'était plus à la hauteur et même le nombre d'usagers a cessé d'augmenter, nous avons donc procédé à une phase d'investissement qui nous a permis de développer notre clientèle (...) nous avons augmenté les visites en hiver d'environ 35% et, parallèlement, nous avons développé le concept de l'été sur une période de 5 à 6 ans.⁷⁹

Pour le reste de l'offre touristique d'Ovronnaz, Lepori explique qu'en hiver l'activité principale proposée est le ski alpin, mais il est également possible de faire des promenades sur la neige. En été, le complexe offre la possibilité de faire de la randonnée. L'ancien directeur de Nara précise que la randonnée est le sport le plus pratiqué en Suisse, à différents niveaux ; pour cette raison, Ovronnaz a diversifié son offre estivale (trottinettes, zoo pour enfants) sans perdre de vue l'activité principale, à savoir les balades dans la nature. Ce type d'offre se veut cohérent avec les caractéristiques de la clientèle qui visite principalement la station pour son spa et qui est principalement d'âge adulte.

⁷⁹ Traduction personnelle

Enfin, le secteur touristique d'Ovronnaz comprend l'aspect lié aux résidences secondaires. Lepori déclare que dans ce cas, la plupart de ces résidents sont des familles. En ce qui concerne la gestion des résidences, Gianluca Lepori déclare qu'il existe des agences qui s'occupent de la location de maisons, même si le marché a diminué par rapport au début des années 2000. La raison en est, selon le directeur d'*Ovronnaz Tourisme*, aux faibles gains des personnes qui louent leur résidence : les agences exigent une commission sur le loyer, de sorte qu'au propriétaire reste très peu et que sa motivation de compter sur une agence tombe. Mais sans l'agence, le privé ne dispose pas des canaux efficaces pour atteindre les visiteurs intéressés et la procédure devient complexe (remise des clés, nettoyage, dommages imprévus, etc.). Pour Lepori, les appartements à louer sont actuellement la moitié de ceux d'il y a dix ans, en raison également de l'application de la *Lex Weber*. Ce modèle d'hébergement est en difficulté, notamment parce que les besoins des locataires sont toujours plus importants, mais pour les satisfaire, les appartements nécessitent d'investissements. « Je ne suis pas sûr que ce marché reflète aujourd'hui les besoins des personnes. (...) il s'agit toujours d'un cercle vicieux ; si le propriétaire gagne peu, il n'aura que peu de motivation pour investir⁸⁰ ». Gianluca Lepori conclut sa réflexion sur les résidences secondaires en évoquant également la montée de la concurrence, due à des entreprises comme *Swisspeak Resorts*, qui construit des immeubles à l'avant-garde à louer.

7.2.2 LIENS AVEC LA VALLE DI BLENIO

Pour l'ancien directeur de la station de Nara, Ovronnaz représente l'exemple de ce que la Valle di Blenio aurait pu devenir si le centre thermal de Acquarossa avait été réévalué au plus tard dans les années 1990. Une des caractéristiques principales des thermes d'Ovronnaz est selon Lepori un exemple de clairvoyance et de vision entrepreneuriale :

La particularité du centre d'Ovronnaz est qu'il n'y a pas d'eau thermale ; la source est très proche de celle de Saillon, et l'eau est pompée jusqu'à Ovronnaz. Ce fait montre que, au-delà de ce qui s'est passé ensuite, il y avait déjà une certaine vision et une volonté de développer le tourisme à Ovronnaz, car à l'époque les responsables se demandaient déjà si quelqu'un était prêt à passer ses vacances dans la plaine, entre la route et la voie ferrée. Les gens ont compris déjà à l'époque que le problème n'était pas d'attirer les gens à la source thermale, mais de prendre les bains thermaux où les gens pouvaient faire quelque chose.⁸¹

La taxe de séjour est un autre élément qui unit les deux réalités. Interrogé sur cette contribution controversée, Gianluca Lepori a déclaré qu'il est nécessaire de soutenir le système fiscal du tourisme, mais qu'un débat est né en Valais (comme dans la Valle di Blenio), à la suite de

⁸⁰ Traduction personnelle
⁸¹ Traduction personnelle



l'introduction de la nouvelle loi sur les résidences secondaires. Le problème concerne la méthode de calcul de la taxe ; les autorités ont mis en place un forfait basé sur le nombre de chambres du bâtiment. Comme l'explique Lepori, ce système a clairement créé des inégalités de paiement.

Pour le directeur actuel d'*Ovronnaz Tourisme*, il serait nécessaire de trouver un système de calcul plus simple, même s'il considère en réalité que c'est le débat fondamental qui est faux : « les responsables sont toujours en train de chercher un système pour que le touriste paie une taxe, mais en réalité ce qui compte vraiment, c'est de ne pas avoir la taxe, mais de favoriser l'arrivée des touristes !⁸² ». Lepori est en effet du l'idée que le touriste est capable de générer un impact positif sur l'ensemble de l'économie locale, tandis que la taxe ne représente qu'une entrée pour les pouvoirs publics : « L'argent que les résidents secondaires économisent avec la taxe sera probablement dépensé dans les différentes activités économiques de la localité !⁸³ ».

Enfin, un aspect commun des deux lieux de comparaison concerne l'organisation des offices de tourisme. Selon Gianluca Lepori, dans de nombreux endroits, les opérateurs essaient de faire du tourisme par le biais de ces organisations, qui ont cependant une influence réelle limitée ; bien que le travail puisse être de qualité, le succès d'un lieu ne dépend pas directement du travail d'un office de tourisme. En outre, le directeur d'*Ovronnaz Tourisme* estime que ces entités sont souvent au service de la politique et non du client. L'organisation touristique d'*Ovronnaz* a été proposée à des fusions avec d'autres réalités, qui ont toutefois été refusées : « le touriste en vacances à Ovronnaz a besoin d'un point d'information là-bas ! Une animation locale doit également être réalisée ici ; si un atelier était organisé à Verbier, il deviendrait une chose difficilement accessible pour le visiteur à Ovronnaz⁸⁴ ». Ce raisonnement de base, selon Lepori, doit être la réflexion principale pour organiser la structure d'une organisation de tourisme.

Les gens parlent ensuite de l'aspect marketing, mais il suffit de regarder les budgets disponibles pour avoir une idée du potentiel : c'est très bas ! Donc, mettre ensemble dix endroits sans budget crée seulement un mini-budget ; ils font quoi avec ? Le risque est de créer seulement du mécontentement, car si la région fusionnée n'est pas homogène, comment est-ce possible de la vendre ensemble ?⁸⁵

De manière générale, Gianluca Lepori est d'avis que la Valle di Blenio ne devrait pas s'inspirer du modèle d'*Ovronnaz*, car la station valaisanne est basée sur son passé, qui n'est pas le même que celui de la vallée tessinoise. En effet, la Valle di Blenio n'a pas d'histoire composée de grands développements particuliers, ce qui peut constituer un avantage, puisqu'une stratégie peut être mise en œuvre à partir de zéro avec des conditions les mieux adaptées à la situation actuelle.

⁸² Traduction personnelle

⁸³ Traduction personnelle

⁸⁴ Traduction personnelle

⁸⁵ Traduction personnelle

Pour l'ancien directeur de Nara, la Vallée devrait tout d'abord procéder à une planification des objectifs touristiques ; le tourisme de masse n'est pas envisageable compte tenu de la faible capacité structurelle de la vallée. Par conséquent, il convient de reconnaître que pour la vallée, l'idéal est une niche touristique liée à l'aspect paysager.

Gianluca Lepori conclut sa réflexion en soulignant que la Valle di Blenio doit définir des objectifs touristiques concrets, avec une vision à long terme permettant de tourner la page. Ces discours, qui ne sont pas abordés par le monde politique, pourraient être compris par la population avec des informations adéquates. Selon Lepori, la vallée a « manqué » plusieurs développements, confirmant le fait que celui de masse n'est pas le type de tourisme adapté à la *Valle del Sole* ; pour cette raison, ce que nous voulons réaliser aujourd'hui ne doit pas avoir pour objectif de récupérer le terrain perdu, mais plutôt de créer un nouveau modèle. Les projets doivent toujours viser à l'objectif fondamental, à savoir maintenir une « vie » dans la vallée.

8. CONCLUSIONS

Ce travail de diplôme a permis à lauteur de proposer une vision différente du tourisme de la Valle di Blenio. Les différentes analyses proposées ainsi que l'enquête qualitative menée sur la population *blenieuse* ont permis de déterminer l'existence d'un potentiel touristique actuellement inexploité. En fait, à l'heure actuelle, le tourisme de cette vallée n'a apparemment pas (surtout aux yeux des habitants) un objectif clair. Jusqu'aux années 1970, la *Valle del Sole* a bénéficié de retombées économiques importantes principalement dues aux thermes de Acquarossa, à la Cima Norma et à la ligne de chemin de fer Biasca-Acquarossa ; aujourd'hui, ces infrastructures ne sont plus en service et la vallée tessinoise peine à définir sa propre stratégie touristique. La situation économique actuelle n'est pas négative, mais les maires ont admis que les communes ne peuvent disposer des ressources nécessaires pour les divers investissements que grâce au système cantonal des subventions.

L'enquête qualitative a surtout permis de comprendre qu'il existe aujourd'hui un écart entre l'opinion publique et celle du monde politique et touristique. En fait, les habitants semblent penser que chaque type de projet touristique doit provenir de l'OTR-BAT et de la politique. De plus, la majorité de la population fait preuve d'un certain scepticisme à l'égard de l'actuel office de tourisme, car les bleniesi sont encore liés à l'ancienne entité *Blenio Turismo* et aux anciennes infrastructures mentionnées auparavant. Le présent travail montre également que la population *blenieuse* est peu impliquée dans le tourisme. En fait, plusieurs des habitants interviewés ont montré un manque de connaissance du fonctionnement réel du secteur, principalement à cause de problèmes de communication avec les différentes institutions. Les entités impliquées dans le tourisme (ERSBV, OTR-BAT et le monde politique en général) utilisent souvent des concepts tels que « visions », « missions » et « Masterplan », en rendant complexe l'implication des privés et en oubliant le véritable objectif du secteur du tourisme : générer un impact économique positif et réel pour la vallée (comme expliqué dans la révision littéraire, point 2.2.4).

L'analyse liée aux projets passés n'a pas permis de trouver un dénominateur commun concernant les causes des échecs de leur réalisation. Les projets actuellement prévus sont différents (Centre Nordique de Campra, Polisport, Osservatorio di Gorda) ; en ce sens, il convient de noter la volonté des différentes autorités publiques d'investir de manière importante.

L'analyse de la réalité touristique *blenieuse* montre que la participation active des privés est nécessaire pour sa valorisation et, en même temps, pour maximiser les retombées économiques des différents projets en faveur de la globalité de la vallée. En fait, sur le plan économique, ce

secteur ne dispose actuellement pas de chiffres capables d'apporter un bénéfice concret. L'analyse PESTEL a permis de mettre en évidence un aspect important : l'OTR-BAT semble aujourd'hui influencé plus par la politique que par l'aspect touristique. La preuve en est le débat lié, par exemple, à la taxe de séjour. Ce « contrôle » par le monde politique éloigne effectivement la population de ce secteur et compromet son implication.

Enfin, l'analyse comparative a bien montré qu'une participation importante de la population peut apporter une grande valeur ajoutée à une région périphérique ; en fait, dans la vallée de la Diemtigtal, de nombreux agriculteurs ouvrent les portes de leurs fermes aux touristes et de nombreux habitants se rendent spontanément disponibles pour proposer des randonnées guidées. Ces éléments ont rendu la région particulièrement attrayante, facilitant également la création d'une marque (parc naturel régional). En ce qui concerne le cas d'Ovronnaz, trois éléments ont été comparés à la réalité *bleniese* : le premier concerne son centre thermal, construit dans une période historique favorable mais qui enregistre aujourd'hui une diminution constante du nombre de visites, confirmant ainsi qu'un relancement des *Terme di Acquarossa* serait aujourd'hui insensé et peu rentable. Le deuxième élément concerne la stratégie de désaisonnalisatation de la station de ski ; le cas d'Ovronnaz montre que la constance et la cohérence à long terme de l'offre touristique peuvent permettre à un domaine skiable de taille petite ou moyenne comme Nara ou Campo Blenio de pouvoir être actif toute l'année. Enfin, en ce qui concerne les résidences secondaires, le cas de la localité valaisanne a souligné l'utilité limitée du débat sur la taxe de séjour ; en fait, au lieu de débattre sur le montant à imposer, il faudrait encourager l'arrivée de ce type de résidents (compte tenu également de la baisse de ce marché) ; l'argent économisé avec la taxe serait dépensé avec les intérêts par les résidents secondaires. Même Ovronnaz, comme la Valle di Blenio, est confronté à ce problème.

En ce qui concerne les recommandations managériales, la vallée devrait tout d'abord envisager une phase de réorientation et de planification générale ; actuellement, plusieurs offres semblent incohérentes dans leur ensemble. Le marché lié au tourisme dans la Valle di Blenio devrait être, compte tenu des caractéristiques géographiques et des infrastructures de la région, de niche. Un marché spécifique, développé de manière à générer le plus grand bénéfice économique possible. Pour ce faire, la Valle di Blenio doit « oublier » les gloires du passé et construire sa propre stratégie touristique à partir d'un nouveau point de départ. Les projets touristiques doivent donc faire partie de ce concept de marché spécifique et donner au potentiel visiteur une image cohérente et logique en ce qui concerne l'offre.

Pour cette raison, l'auteur de ce travail de diplôme estime que la vallée devrait bien définir le type de clientèle à attirer. Considérant la présence d'un paysage encore « vierge » et avec

une beauté naturelle appréciée, l'offre touristique de la Valle di Blenio devrait cibler principalement les familles et la population adulte (plus de 30 ans). En ce qui concerne l'origine des visiteurs de la *Valle del Sole*, l'auteur estime que, pour développer ce marché de niche, il faudrait avant tout se concentrer sur le tourisme local, c'est-à-dire les visiteurs tessinois et, éventuellement, provenant de la Lombardie. En fait, ce canton est en train de voir ses centres urbains se développer et la recherche de la nature et de la tranquillité va devenir de plus en plus importante. Pour les tessinois en quête de calme, cette vallée pourrait donc représenter une oasis de paix simple avec une offre diversifiée. De plus, cette stratégie entraînerait des coûts de marketing minimes, car il est sans aucun doute plus facile de communiquer avec des clients « zéro kilomètre » que de chercher des clients dans d'autres zones linguistiques. Bien entendu, l'auteur n'exclut pas a priori la possibilité de développer, à long terme, même le marché suisse allemand (particulièrement intéressé par la randonnée). Toutefois, afin de construire de manière cohérente et efficace une nouvelle stratégie touristique, il est nécessaire de concentrer, à court et moyen terme, les efforts de toute la vallée sur un seul type de client. Au niveau des installations de réception, le choix de s'adresser aux clients tessinois serait également un avantage : il ne serait pas nécessaire d'investir des capitaux importants dans de grandes structures hôtelières, mais il suffirait d'améliorer ce qui existe déjà sur le territoire (résidences secondaires, structures de groupe, cabanes et *Bed & Breakfast*). Selon l'auteur, la seule installation d'accueil à créer serait un *Bike Hôtel*, nécessaire pour procéder à un véritable développement de la discipline du VTT dans la Valle di Blenio. Ce projet doit être réalisé grâce à des investissements privés, et ces derniers ne surviennent que lorsque la population commence à constater les effets concrets du tourisme dans la vallée.

Les recommandations managériales concernant l'offre touristique de la Valle di Blenio incluent également une majeure unité des trois stations de ski ; en fait, elles peuvent être complémentaires (débutants à Campo Blenio, skieurs experts au Nara et amateurs de ski de fond à Campra). Toutefois, aujourd'hui il semble que ceux-ci veuillent avant tout concourir entre eux pour les quelques skieurs qui rejoignent la vallée pour pratiquer ces disciplines. Un forfait de ski au niveau de la vallée (qui permettrait également de profiter d'installations telles que la Filovia di Malvaglia) représenterait un élément cohérent, intuitif et intéressant pour le visiteur.

Un autre aspect à développer réside dans le binôme « Agriculture et tourisme ». Comme montré par le cas de la Diemtigtal, le fait de pouvoir compter sur des paysans qui collaborent activement au tourisme représente une valeur ajoutée pour les régions où la nature joue un rôle important. En outre, l'unification du travail des agriculteurs sous une seule marque (et, possiblement, avec une seule laiterie) augmenterait la visibilité de la région, la qualité des produits et le sentiment d'appartenance des agriculteurs eux-mêmes. Même au niveau culturel, les autorités politiques devraient essayer d'impliquer davantage la population : plusieurs

associations impliquées proposent différentes initiatives, mais l'intérêt général et la connaissance de cet aspect en dehors de la vallée font encore relativement défaut. Une plus grande prise de conscience de son patrimoine historique et culturel par la population locale dès un âge précoce augmenterait sa contribution à la cause ; ils doivent en effet se rendre compte qu'ils sont les premiers promoteurs de leur propre vallée.

Les différentes propositions de l'auteur sont détaillées dans les différentes fiches techniques en annexe (VI-XV). L'auteur juge important de souligner les limites de ce travail, qui consistent principalement en la difficulté d'obtenir des informations objectives par rapport au sujet de ce travail de diplôme de la part de certaines interviewés. En outre, l'auteur a eu des difficultés à collecter certaines données relatives aux nuitées dans la Valle di Blenio. L'une des principales limites concerne les recommandations managériales de l'auteur : étant impossible d'expérimenter concrètement ces propositions dans la réalité touristique *bleniese*, elles restent de caractère purement théorique. Enfin, le facteur temps a représenté également une limite pour ce travail ; l'auteur aurait aimé faire beaucoup plus, mais a dû se concentrer sur certains éléments réputés plus importants. En outre, les différents entretiens réalisés pour l'enquête qualitative ont nécessité un temps considérable, à la fois en termes de transcription et d'acceptation par les interviewés concernés.

Pour approfondir ce travail de recherche, l'auteur estime qu'il serait nécessaire de recueillir également les points de vue externes, c'est-à-dire des visiteurs occasionnels et des résidents secondaires. En outre, pour développer et approfondir d'autres stratégies touristiques, il serait profitable d'analyser d'autres régions suisses similaires à la Valle di Blenio, peut-être au Tessin même.

9. RÉFÉRENCES

- Arcidiacono, D. (2008). Dal consumismo al consumerismo. Un'indagine nella città di Catania.
Meridiana, (62), 177-205.
- Ashley, C., & Roe, D. (2001). *Pro-poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor: a Review of Experience*. IIED.
- Associazione AstroCalina. (2018). *Business Plan: Presentazione progetto Osservatorio Astronomico Gionitus (OAG), Alpe Gorda*.
- Associazione Bleniobike. (s. d.). Consulté 4 juin 2019, à l'adresse Blenio Bike website:
<https://bleniobike.ch/associazione/>
- Atzeni, M., Del Chiappa Giacomo, & Melis, G. (2018). *La definizione del concetto di autenticità nelle destinazioni turistiche: Un approccio fondato sul laddering*. (1), 85-108. <https://doi.org/10.1431/89485>
- Bardi, U. (2003). *La fine del petrolio*. Editori Riuniti.
- Bastasin, G. (2016, novembre 26). Social Eating: Una ricerca qualitativa su motivazioni, esperienze e valutazioni degli utenti della piattaforma VizEat.com. Consulté 14 mars 2019, à l'adresse <https://etd.adm.unipi.it/t/etd-10282016-003709/>
- Bauman, Z. (2017). *Dentro la globalizzazione: Le conseguenze sulle persone*. Gius.Laterza & Figli Spa.
- Bessire, E. (2015). *Comment mettre en tourisme une région exclusivement axée sur la nature à travers de nouveaux produits touristiques?* Mémoire de bachelor : Haute Ecole de Gestion & Tourisme, 107.
- Bevilacqua, P. (2014). *Miseria dello sviluppo*. Gius.Laterza & Figli Spa.
- Bizzarri, C., & Querini, G. (2006). *Economia del turismo sostenibile. Analisi teorica e casi studio*. FrancoAngeli.
- Bonazzi, M. (2014). *La digitalizzazione della vita quotidiana*. FrancoAngeli.
- Bounabe, K. (2002). *Les enjeux du tourisme rural et durable dans la Vallée de Blenio : perspectives de développement à l'aube du 3e millénaire*. Mémoire de diplôme EHL.

- Braibant, M. (2015). *De la désindustrialisation à la tertiarisation, vers un mélange des genres*. Société des Ecrivains.
- Brundtland, G., Khalid, M., Agnelli, S., Al-Athel, S., Chidzero, B., Fadika, L., ... Others, A. (1987). *Our Common Future ('Brundtland report')*. Consulté à l'adresse http://www.bne-portal.de/fileadmin/unesco/de/Downloads/Hintergrundmaterial_international/Brundtlandbericht.File.pdf?linklisted=2812
- Caire, G., & Masne, P. L. (2007). La mesure des effets économiques du tourisme international sur les pays de destination. *Marché et organisations*, N° 3(1), 63-88.
- Callois, J.-M. (2004). Capital social et développement économique local. *Revue d'Economie Régionale Urbaine*, octobre(4), 551-577.
- Calzati, V. (2016). *Nuove pratiche turistiche e slow tourism*. Franco Angeli Edizioni, 147.
- Capiez, A., & Poutier, E. (2008). Le nouveau « pricing » en Revenue Management. *La Revue des Sciences de Gestion*, n° 234(6), 107-113.
- Centro Sci Nordico Campra. (s. d.). Consulté 29 mai 2019, à l'adresse <http://www.masterplan-vallediblenio.ch/index.php?node=452&lng=1&rif=20edf6f5a2>
- Chiapparino, F., & Romano, R. (2007). *Il cioccolato*.
- Chou, C.-E., & Huang, Y.-C. (2016). Accurately Estimate Tourism Impacts: Tourism Satellite Account and Input-Output Analysis. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. Consulté à l'adresse <https://scholarworks.umass.edu/ttra/2011/Visual/36>
- Cima Norma SA, & Domani Food SA. (2019). *Comunicato stampa*.
- Cima, T. (2018). Una valle al bivio. *La Voce di Blenio*.
- Cima, T. (2019). La Seconda serie della Cima Norma Collection (1913-1922). *La Voce di Blenio*.
- Cipriani, A., Gramolati, A., & Mari, G. (2018). *Il lavoro 4.0: La Quarta Rivoluzione industriale e le trasformazioni delle attività lavorative*. Firenze University Press.

- Colglazier, W. (2015). Sustainable development agenda: 2030. *Science*, 349(6252), 1048-1050. <https://doi.org/10.1126/science.aad2333>
- Commission canadienne du tourisme. (2011). *Expériences - Boîte à outils pour les partenaires de la CCT*.
- Commune de Leytron. (s. d.). La région en bref. Consulté 26 juin 2019, à l'adresse <https://www.leytron.ch/index.php/vie-locale/la-region/en-bref>
- Comune di Acquarossa, & Amici del Nara SA. (2016). *Stazione del Nara -Presentazione « Finanze e Prospettive future »*.
- Comune di Blenio: Centro Polisport. (s. d.). Consulté 2 juin 2019, à l'adresse <https://www.comuneblenio.ch/partenariati/centro-polisport/>
- Comune di Blenio, Sci Club Simano, & Cooperativa Impianti Turistici Campo Blenio-Ghirone. (s. d.). *Presentazione Polisport 2020*.
- Corvo, P. (2007). *Turisti e felici? Il turismo tra benessere e fragilità*. Vita e Pensiero.
- Costa, N. (2005). *I professionisti dello sviluppo turistico locale*. Hoepli Editore.
- Coutanceau, R., & Bennegadi, R. (2016). *Stress, burn-out, harcèlement moral: De la souffrance au travail au management qualitatif*. Dunod.
- Crozat, D., & Alves, D. (2018). *Le Touriste et l'Habitant*.
- Diemtigtal - Diemtigtal Regional Nature Park - Our Valley, Your Park. (s. d.). Consulté 18 juin 2019, à l'adresse <http://www.diemtigtal.ch/index.php?page=2527>
- Dipartimento delle finanze e dell'economia. (2015). *Programma d'attuazione della politica economica regionale 2016-2019 del Cantone Ticino*. Repubblica e Cantone Ticino.
- Dube, L., & Shoemaker, S. (2003). « *Loyalty Marketing and Brand Switching* », in Schwartz, T. (ed.) *Handbook of Services Marketing and Management*, Sage, Beverley Hills.
- Dyson, R. G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal of Operational Research*, 152, 631-640.
- Ejarque, J. (2003). *La destinazione turistica di successo. Marketing e management*. Hoepli Editore.

Ente Regionale per lo Sviluppo Bellinzonese e Valli, & ASCOBLE. (2015). *Masterplan Valle di Blenio.*

Faini, R. (2002). Développement, commerce international et migrations. *Revue d'économie du développement*, 10(1), 85. <https://doi.org/10.3917/edd.161.0085>

Fazioli, M., & Tchertkoff, W. (1982). Valle di Blenio - dubbi e speranze. In *Argomenti*. RTSI.

Figuière, C., Boidin, B., & Diemer, A. (2018). *Économie politique du développement durable*. De Boeck Supérieur.

Fiorini, T., & Schüll, R. (2000). *Un nouvel établissement thermal à Acquarossa*. EPFL-DA, Lausanne.

Foglio, A. (2015). *Il marketing del turismo. Politiche e strategie di marketing per località, imprese e prodotti/servizi turistici*. FrancoAngeli.

Frochot, I., & Legohérel, P. (2018). *Marketing du tourisme - 4e éd.* Dunod.

Furt, J.-M. (Éd.). (2011). *Tourismes, patrimoines & mondialisations*. Paris: Ed. L'Harmattan.

Giannasi, M., & Zambon, E. (s. d.). *Primavera Araba: influenza sul settore turistico e sulla protezione del patrimonio UNESCO*. 125.

Gianora, I. (2019). I 50 anni della stazione del Nara (1968-2018). *La Voce di Blenio*.

Gonzalez, O., & Stephani, E. (2014). La nuova statistica strutturale delle imprese (STATENT). *Dati - Statistiche e società*.

Grata, B., Panzera, F., & Foletti, G. (2011). *Le Terme di Acquarossa*. Acquarossa: SalvioniEdizioni.

Helly, D. (2000). *Mondialisation, citoyenneté et multiculturalisme*. Presses Université Laval.

Hoff, O., & Dr. Medici, D. (2016). *Importanza economica e turistica degli impianti di risalita sussidiati - inverno 2014/15*. Repubblica e Cantone Ticino, Dipartimento delle finanze e dell'economia.

Houée, P. (1996). *Les politiques de développement rural: Des années de croissance au temps d'incertitude*. 2e édition, revue et augmentée. Quae.

Hunziker, C. (2011). *Benchmarking Turismo - Il settore turistico svizzero nel confronto internazionale*. BAKBASEL.



- Lévy, J., & Lussault, M. (s. d.). *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Belin, 1228.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regné, P., & Fréry, F. (2017). *Stratégique* (11ème Édition Pearson).
- Kinross, F., Barber, P., Jacomelli, P., & Ferrari, F. (s. d.). *Lo zampino dei Gatti*. Fondazione Jacob-Piazza, 246.
- Kocher, U. (2017). *Educare allo sviluppo sostenibile: Pensare il futuro, agire oggi*. Edizioni Centro Studi Erickson.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2010). *Marketing del turismo*.
- Krogerus, M., & Tschäppeler, R. (2012). *Le livre des décisions: De Bourdieu au SWOT, 50 modèles à appliquer pour mieux réfléchir*. Éditions Leduc.s.
- Kumar, J., & Hussain, K. (2014). Evaluating Tourism's Economic Effects: Comparison of Different Approaches. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 360-365.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.305>
- La Confédération s'engage. (2018). Consulté 1 avril 2019, à l'adresse
<https://www.eda.admin.ch/agenda2030/fr/home/umsetzung/der-bund-setzt-sich-ein.html>
- La storia del centro sci nordico di Campra. (s. d.). Consulté 26 mars 2019, à l'adresse
<https://www.campra.ch/campra.php?section=storia>
- Lattari, P., Spanu, R., & Vitiello, M. (2018). *Stress, lavoro correlato e benessere lavorativo. Manipolare con cura: Dagli aspetti giuridici a quelli psicologici, corredati da uno studio sul campo*. Key Editore.
- Le capanne a portata di clic. (2019, mai 6). Consulté 3 juillet 2019, à l'adresse www.cdt.ch
website: <https://www.cdt.ch/ticino/le-capanne-a-portata-di-clic-BY1166300>
- Marcacci, M., & Viscontini, F. (2011). *La Valle di Blenio e la sua Ferrovia*. SalvioniEdizioni.
- Marin, D. (2015). Study on the economic impact of tourism and of agrotourism on local communities. *Research Journal of Agricultural Science*, 47(4), 160-163.

Medici, D., Stoppa, R., & Rütter-Fischbacher, U. (2014). *L'impatto economico del turismo in Ticino*. Repubblica e Cantone Ticino, Dipartimento delle finanze e dell'economia.

Mezzo milione per restaurare la storica strada del Sosto. (2019, mars 5). Consulté 4 juin 2019, à l'adresse Ticinonline website:

<https://www.tio.ch/ticino/attualita/1356121/mezzo-milione-per-restaurare-la-storica-strada-del-sosto>

Mona, T. (2019). Pianificazione ospedaliera, vera opportunità perché tutto da rifare, ma i 30 letti AMI devono restare ad Acquarossa. *La Voce di Blenio - Aprile*.

Nofre, J., Giordano, E., Eldridge, A., Martins, J. C., & Sequera, J. (2018). Tourism, nightlife and planning: Challenges and opportunities for community liveability in La Barceloneta. *Tourism Geographies*, 20(3), 377-396.

<https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1375972>

Nuvolati, G. (2007). *Mobilità quotidiana e complessità urbana*. Firenze University Press.
Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO). (s. d.). *Arrivées de touristes internationaux par (sous-)région*.

Orget du Cluzeau, C. (Éd.). (2009). *Culture, tourisme et développement: Les voies d'un rapprochement*. Paris: L'Harmattan.

Pagani, L. (1992). *Memorie di un bleniese*. Armando Dadò Editore Locarno.

Paquerot, M., Queffelec, A., Sueur, I., & Biot-Paquerot, G. (2011). L'e-réputation ou le renforcement de la gouvernance par le marché de l'hôtellerie ? *Management & Avenir*, 45(5), 280-296. <https://doi.org/10.3917/mav.045.0280>

Parc Adula. (s. d.-a). Consulté 22 mai 2019, à l'adresse <http://www.parcadula.ch/it/Progetto-Parc-Adula/Istoriato.html>

Parc Adula. (s. d.-b). Consulté 1 juin 2019, à l'adresse <http://www.parcadula.ch/it/Progetto-Parc-Adula/Sviluppo-regionale.html>

Pencarelli, T., Cioppi, M., & Forlani, F. (2015). L'impatto del web 2.0 sul marketing delle piccole imprese alberghiere. *Piccola Impresa / Small Business*, 0(2).

<https://doi.org/10.14596/pisb.146>

- Thiel, P., & Blake, M. (2014). *Da zero a uno.*
- Petit, S. (2018). *Tourism economics: quantification of international flows and effects on local development* (Habilitation à diriger des recherches, Université Côte d'Azur). Consulté à l'adresse <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-01949371>
- Pierret, F. (2015). Le tourisme est-il devenu un enjeu stratégique ? *Annales des Mines - Realites industrielles*, Août 2015(3), 9-13.
- Pini, G. (2010). *Il nuovo marketing del prodotto turistico.*
- PPT Partnership. Sheet No. 2, PPT strategies. (s. d.). *Impacts du tourisme dans une région.*
- Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Antonschmidt, H., & Hödl, C. (2018). Mountain bike tourism in Austria and the Alpine region – towards a sustainable model for multi-stakeholder product development. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 567-582.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1361428>
- Proulx, M.-U., & Tremblay, D. (2006). Marketing territorial et positionnement mondial. *Geographie, economie, societe*, Vol. 8(2), 239-256.
- Quarta, C. (2006). *Una nuova etica per l'ambiente*. Edizioni Dedalo.
- Queenan, K., Garnier, J., Rosenbaum Nielsen, L., Buttigieg, S., de Meneghi, D., Holmberg, M., ... Kock, R. (2017). Roadmap to a One Health agenda 2030. *Perspectives in Agriculture, Veterinary Science, Nutrition and Natural Resources*, 12, 1-17.
- Ravanavar, G. M., & Charantimath, P. M. (2012). Strategic formulation using Tows matrix – A case study. *International Journal of Research and Development*, 1, 87-90.
- Réau, B., & Poupeau, F. (2007). L'enchâtement du monde touristique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 170(5), 4-13.
- Repubblica e Cantone Ticino, Dipartimento delle finanze e dell'economia, & Divisione delle risorse. (2018). *Annuario statistico ticinese 2018.*
- Rinaldi, A. (2018). Le tasse sul turismo in Europa. *Rivista di Scienze del Turismo - Ambiente Cultura Diritto Economia*, 8(1-2), 29-38. <https://doi.org/10.7358/rst-2017-03-rina>

- RSINews, l'informazione della Radiotelevisione. (2015). Lex Weber da inizio anno. Consulté 24 juin 2019, à l'adresse rsi website: <https://www.rsi.ch/news/svizzera/Lex-Weber-da-inizio-anno-6531049.html>
- Sachs, J. D. (2015). *L'era dello sviluppo sostenibile*. EGEA spa.
- Saggino, A., Pappone, P., Castello, E. D., Grassi, P., Natullo, O., Nicotra, E. F., & Tommasi, M. (2015). *Lo stress nei lavoratori bancari. Il questionario Stress Organizzativo e Salute (SOS)*. FrancoAngeli.
- Schilirò, D. (2005, novembre). Economia della conoscenza, istituzioni e sviluppo economico [MPRA Paper]. Consulté 6 mars 2019, à l'adresse <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/31492/>
- Sierro, A. (2017). *Analyse de la stratégie de communication de l'office du tourisme d'Ovronnaz et amélioration de la communication par les réseaux sociaux*.
- Solari, L. (2012). *Dall'eremo alla rete sanitaria - I primi 100 anni dell'Ospedale di Acquarossa*. SalvioniEdizioni.
- Stelli, G. (2006). *Il benchmarking*. Armando Editore.
- Theobald, E. (s. d.). *PESTEL - Analyse*.
- Theobald, W. F. (2012). *Global Tourism*. Routledge.
- Todaro, G. <1994>. (2018). *Il turismo de borrachera in Spagna: Origine, evoluzione e problemi aperti di un modello turistico insostenibile*. Consulté à l'adresse <http://dspace.unive.it/handle/10579/13802>
- Valayer, D. C. (1993). *Le respect des hôtes: Tourisme, ravages et promesses*. Labor et Fides.
- Valle di Blenio: Dati geografici. (s. d.). Consulté 11 mars 2019, à l'adresse http://www.vallediblenio.ch/vdbi_geo.php
- Villepontoux, S. (2013). *CRSES* (Université Paul Valéry). Montpellier.
- Violier, P. (2008). *Tourisme et développement local*. Consulté à l'adresse <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01648566>

Violier, P. (2016). La troisième révolution touristique. *Mondes du Tourisme*, (Hors-série).

<https://doi.org/10.4000/tourisme.1256>

Weihrich, H. (1982). *The TOWS matrix—A tool for situational analysis.*

Yeates, N. (2004). *Globalizzazione e politica sociale*. Edizioni Erickson.

Zuideau, B. (2018). *Développement durable et territoire: Nouvelle édition originale*. Presses

Universitaires du Septentrion.

10. ANNEXES

ANNEXE I : DIAGRAMME DE GANTT CONCERNANT LA PLANIFICATION DU TRAVAIL

Mois	Février			Mars				Avril				Mai			Juin			Juillet					
Jours	11	18	25	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15
Tâches																							
1. Organisation Matériel en ligne Recherche de livres Définition de l'échantillon de l'enquête																							
2. Revue Littéraire Rédaction																							
3. Présentation de la Valle di Blenio Rédaction																							
4. Enquête qualitative Fixation des rendez-vous Réalisation entretiens Transcription interviews Analyse de l'enquête																							
5. Projets Passés Prévus																							
6. Analyse de la Valle di Blenio SWOT TOWS PESTEL																							
7. Benchmarking RdV avec N. Schmid RdV avec G. Lepori Transcription Rédaction																							
Rédaction générale Conclusions Introduction, etc.																							
Finalisation Références Mise en page Relecture																							

ANNEXE II : GUIDE D'ENTRETIEN

Noel Del Siro

Travail de bachelor 2019



GUIDA PER L'INTERVISTA

Mi chiamo Noel Del Siro, ho 25 anni e frequento la scuola universitaria HES-SO a Sierre, in Vallese, nella filiera Economia aziendale (Bachelor). Nel quadro del mio progetto di tesi, ho deciso di realizzare il lavoro di ricerca sul ruolo che il settore del turismo potrà avere nello sviluppo economico della Valle di Blenio a medio e lungo termine. Naturalmente, per poter realizzare delle ipotesi sull'avvenire, occorre dapprima comprendere a fondo il contesto economico attuale. A questo proposito, ho deciso di effettuare un'inchiesta qualitativa alla popolazione e alle istituzioni implicate nel processo di sviluppo economico vallerano.

1.1 DOMANDE

- 1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**
- 2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?**
- 3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?**
- 4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?**
- 5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?**

1.2 OSSERVAZIONI

ANNEXE III : DÉCHARGE**Lavoro di Diploma 2018-2019 di Noel del Siro**

Formulario di consenso per l'utilizzazione dei dati

Studente di Bachelor al terzo anno alla Haute École Supérieure di Sierre (Vallese) in Economia Aziendale, sto iniziando la stesura del mio lavoro di fine ciclo. Interessato al tema del turismo e del suo contributo allo sviluppo economico di una regione, ho deciso di approfondire il caso specifico della Valle di Blenio.

Per poter analizzare la situazione turistica attuale, i possibili sviluppi futuri e il rapporto che intercorre tra questo settore economico e l'opinione pubblica, ho deciso di realizzare un'inchiesta qualitativa sulla popolazione della valle e su varie istituzioni pubbliche implicate nell'economia bleniese. Vorrei infatti raccogliere una serie di testimonianze riguardo alla percezione dell'operato dell'Organizzazione Turistica Regionale Bellinzonese e Alto Ticino, della visione sull'avvenire turistico della Valle del Sole nonché i pareri sul sostegno politico attuato.

Tutto ciò evitando di appoggiarmi su dati e testi raccolti gli anni addietro da altri ricercatori. Il mio scopo è unicamente didattico, ed è mia intenzione rendere pubblico il mio lavoro per contribuire in modo concreto allo sviluppo economico della Valle, apportando nuove idee e analisi.

1. Sono stato/a informato/a, tramite il testo soprastante, della natura e degli scopi di questo progetto e del suo svolgimento.
2. La mia partecipazione a questa raccolta di dati è volontaria e potrà ritirarsi in qualsiasi momento.
3. I dati di questo studio saranno trattati in maniera confidenziale e saranno utilizzati unicamente a fini scientifici per il lavoro di Bachelor dello studente Noel Del Siro. Per contro, i dati personali raccolti non saranno divulgati.
4. Accetto che i dati raccolti siano utilizzati durante la stesura del lavoro di Bachelor in questione, e che quest'ultimo possa essere pubblicato e messo a disposizione di altri ricercatori che si interessano all'argomento oltre che consultato dagli esperti che si occuperanno di valutarlo.

SI NO

5. Mi è stato consegnato il formulario di consenso.
6. Ho letto il formulario e le spiegazioni riguardanti la raccolta dati e accetto volontariamente alla mia partecipazione a questo studio.

Data e luogo

Firma dell'intervistato:

.....

.....

ANNEXE IV : AGENDA 2030

Noel Del Siro

Travail de bachelor 2019

Printemps 2019

Les 17 objectifs de l'Agenda 2030

(« 17 obiettivi di sviluppo sostenibile », s. d.) :

1. Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde
2. Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable
3. Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge
4. Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie
5. Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles
6. Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau
7. Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes à un coût abordable
8. Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
9. Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation
10. Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre
11. Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables
12. Établir des modes de consommation et de production durables
13. Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions (étant entendu que la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques est la principale structure intergouvernementale et internationale de négociation de l'action à mener à l'échelle mondiale face aux changements climatiques.)
14. Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable
15. Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité
16. Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes à tous aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous
17. Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat mondial pour le développement durable et le revitaliser

ANNEXE V : Fiche technique – Centre Nordique de Campra

Centro Nordico Campra

Scheda tecnica

Infrastruttura dal passato illustre, il Centro Nordico di Campra necessitava di un rinnovo per poter disporre di un'infrastruttura ricettiva al passo coi tempi. La nuova struttura, che sarà pronta per la fine dell'estate 2019, prevede infatti una capienza di 100 posti letto e nuove attrattivit  come l'area *Wellness*.

ANALISI SWOT

Per quanto riguarda l'analisi SWOT del Centro Nordico di Campra, le **forze** di questo progetto consistono soprattutto nella notoriet  del luogo, conosciuto da molti appassionati dello sci nordico soprattutto grazie alle competizioni nazionali ed internazionali organizzati nella localit  bleniese.

Per contro, le **debolezze** sono rappresentate dalla gestione "divisa" tra la ristorazione e le piste, che pu  rappresentare un rischio a lungo termine e una mancanza di coordinazione a livello di offerta e qualit  dei servizi proposti. Inoltre, preso separatamente, quest'infrastruttura turistica rischia di generare un limitato impatto economico per la globalit  della Valle di Blenio: per trarre un bilancio occorrer  valutare quanti posti di lavoro (occupati da bleniesi) verranno creati quando il centro sar  in funzione.

Le **opportunità** legate al nuovo centro di Campra riguardano le possibili collaborazioni sia con altre infrastrutture gi  esistenti (come il centro Pro Natura) e con i progetti previsti sul territorio di Blenio (Osservatorio di Gorda, Polisport); se sfruttate, queste sinergie permetteranno di diversificare l'offerta e quindi di favorire la funzionalit  dell'infrastruttura su tutto l'arco della stagione.

I responsabili del centro dovranno infine mettere l'accento sui **rischi** legati al cambiamento climatico (con inverni sempre pi  miti ed estate mediamente pi  torride), la concorrenza limitrofa di localit  come Andermatt-Sedrun, e le possibili chiusure del Lucomagno durante l'inverno, che impedisce l'accesso a Campra dai Grigioni.

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunit : al fine di definire interessanti collaborazioni e creare di conseguenza delle offerte combinate, il Centro Nordico di Campra non deve unicamente porre l'accento sull'inverno e sullo sci di fondo in particolare, ma essere aperto e flessibile a ogni tipo di attivit , cos  da permettere la diversificazione dell'offerta. Il tutto, per , seguendo una logica permettendo la facile comprensione del turista.

Per riuscire a **minimizzare le debolezze per cogliere le opportunit **, sar  necessario scegliere in maniera adeguata l'incaricato di gestire la struttura d'accoglienza del centro. Per riuscire a generare un discreto impatto economico per la valle e favorire la collaborazione con altre entit  bleniesi, ad occuparsi della nuova infrastruttura dovr  essere una persona con un'elevata conoscenza (forse, proprio un bleniese) molto bene la realt  della valle.

La strategia volta ad **utilizzare le forze per evitare le minacce** consiste invece nel garantire un'offerta su tutto l'arco dell'anno, in modo da compensare le difficoltà legate all'inverno (surriscaldamento climatico, chiusure del Lucomagno e concorrenza limitrofa). Con attivit  sportive (mountain bike, e-bike), escursionismo, tiro con l'arco) e scientifico culturali (scoperta del territorio, studi, osservazioni) il centro sar  infatti in grado di essere funzionamento tutti i mesi dell'anno.

Infine, per **ridurre al minimo i punti deboli** del progetto, ed evitare i rischi legati soprattutto all'inverno, l'autore propone, sul lungo termine, di unificare la gestione della struttura al fine di coordinare al meglio tutte le attivit  proposte e di ridurre al minimo il rischio di compromettere la qualit  dei servizi offerti.

Finanziamento

Comune di Blenio (capitale sociale)	CHF 500'000.–
Sci Club Simano (capitale sociale in natura)	CHF 500'000.–
Aumento capitale sociale (privati/enti istituzionali)	CHF 1'000'000.–
Totale capitale sociale	CHF 2'000'000.–
Sussidi ottenuti (comunali, cantonali e federali)	CHF 11'200'000.–
Prestiti (banca/terzi)	CHF 2'250'000.–
Contributi Comuni-Patriziati e altre associazioni	CHF 750'000.–
Totale finanziamento	CHF 16'200'000.–

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Storia illustre del centro	Divisione della gestione (piste e ristorazione)
Offerta per tutto l'anno	Impatto economico limitato
OPPORTUNIT�	MINACCIE
Molteplici sinergie	Cambiamento climatico
Offerte combinate con altri progetti	Concorrenza limitrofa
	Chiusure del passo del Lucomagno

ANALISI TOWS

OPPORTUNIT�	FORZE	DEBOLEZZE
	Diversificazione dell'offerta	Gestore che conosce bene la realt� bleniese
MINACCIE	Offerta su tutto l'anno	Gestione unica a lungo termine



ANNEXE VI : Fiche technique – Centre Polisport

Polisport 2020

Scheda tecnica

Su iniziativa del comune di Blenio, è nato il progetto “Polisport 2020” con l’obiettivo di rilanciare l’attuale infrastruttura polisportiva. Quest’ultima oggi è utilizzata sia per avvenimenti sportivi che culturali, di svago e per eventi privati. Il processo di rivalorizzazione prevede la creazione di un’area di parcheggio per i camper, uno specchio d’acqua balneabile, un’area giochi per i bambini e il rinnovo dell’attuale bar.

ANALISI SWOT

Forze: oltre ad evitare il fattore meteorologico per l’organizzazione di eventi, il Polisport di Olivone potrebbe, grazie al suo rilancio, offrire la possibilità ai visitatori dell’infrastruttura di beneficiare di uno specchio d’acqua artificiale, elemento attualmente assente in valle. Inoltre, questo centro prevederebbe uno sviluppo sostenibile sia dal punto di vista ecologico che sociale (la riqualifica del territorio rappresenterebbe infatti un vantaggio anche per la popolazione locale).

La debolezza confermata anche dalla sindaca di Blenio Boschetti Straub risiede nella posizione geografica del Polisport: la distanza dai maggiori centri urbani cantonali è significante, e questo fattore spesso limita l’afflusso di visitatori ai vari eventi organizzati.

Le potenziali sinergie che si potranno creare con il rilancio del polisport rappresentano una grande **opportunità** per il turismo bleniese. Questa struttura permetterà infatti alla regione di contare su una nuova attrattività, che ben si addice alla tipologia di clientela proposta dall’autore del presente lavoro di diploma (famiglie e adulti ticinesi). Il nuovo centro Polisport potrebbe, nello specifico, collaborare attivamente con il Centro Nordico di Campra, con l’osservatorio di Gorda ma anche con le strutture per gruppi, la stazione sciistica di Campo Blenio, ecc.

Infine, i promotori del progetto astronomico saranno confrontati con la minaccia costante dell’inquinamento luminoso; anche se Gorda rappresenta una località molto favorevole all’osservazione, i centri urbani ticinesi si stanno sviluppando sempre più, mettendo a rischio a lungo termine la qualità di osservazione. Inoltre, trovandosi in alta montagna, la struttura sarebbe perennemente a rischio nei confronti dei danni naturali (incendi, fulmini, ecc.).

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: il Polisport permette già oggi di organizzare delle attività all’interno evitando così i rischi dovuti al maltempo. Collaborare attivamente con entità che propongono delle attività all’esterno come il Centro Nordico di Campra o la stazione di Campo Blenio rappresenterebbe un potenziale valore aggiunto: per esempio, una federazione di sci di fondo che effettua un campo di allenamento in Campra potrebbe usufruire della palestra interna sia per diversificare l’attività degli atleti, sia per ovviare al maltempo di determinate giornate.

Per riuscire a **minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità**, ovvero ridurre il fattore geografico e riuscire a creare delle sinergie ottimali e proficue, l’autore raccomanda di porre l’accento sia sull’aspetto dei trasporti (organizzare dei viaggi speciali con torpedoni faciliterebbe l’arrivo di visitatori a determinati eventi, dunque una collaborazione con le Autolinee Bleniesi si imporrebb) sia su quello dell’alloggio: per delle persone che arrivano da Lugano, per esempio, potrebbe essere attrattivo vedersi offerta (incluso nella tassa di partecipazione dell’evento) la possibilità di alloggiare direttamente ad Olivone, in modo da godersi appieno la manifestazione e far ritorno a domicilio il giorno seguente.

Utilizzare le forze per evitare le minacce: al fine di mantenere costante l’afflusso di visitatori al nuovo Polisport, anche dopo la fine dell’“effetto novità”, i promotori dovranno rivolgersi non solo ai visitatori esterni ma anche alla popolazione locale, che in questo caso rappresenterebbe comunque il principale “cliente” dell’installazione, poiché sarà presente in loco su tutto l’arco dell’anno (mentre la maggior parte dei visitatori farà visita al Polisport verosimilmente solo durante la stagione estiva).

Ridurre al minimo i punti deboli: al fine di creare una “tensione” costante fra i fruitori (esterni e locali) del nuovo centro Polisport, i gestori dovranno essere capaci di proporre con costanza delle iniziative sempre aggiornate e diversificate, al fine di fidelizzare i visitatori e di creare un certo interesse.

Finanziamento

Contributo a fondo perso	
- Contributo cantonale	CHF 1'200'000.–
- Contributo del Comune di Blenio	CHF 900'000.–
- IVA sui contributi	CHF - 150'139.–
Finanziamento da terzi / soci	CHF 300'000.–
Prestito federale senza interessi	CHF 600'000.–
Prestito oneroso di interessi	CHF 960'139.–
Totale finanziamento	CHF 3'810'000.–

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Nessuna influenza meteorologica	Ubicazione geografica
Offerta unica nella valle	
Sviluppo sostenibile	
OPPORTUNITÀ	MINACCIE
Molteplici sinergie	Fine dell’“effetto novità”

ANALISI TOWS

OPPORTUNITÀ	FORZE	DEBOLEZZE
Considerazione della popolazione locale	Collaborazioni con attività all'esterno	Sviluppare i trasporti e l'alloggio
MINACCIE		Proposte sempre rinnovate e diversificate

ANNEXE VII : Fiche technique – Observatoire de Gorda

Osservatorio di Gorda

Scheda tecnica

L'associazione Astrocalina, con il prezioso sostegno del comune di Blenio, sta ultimando la ricerca dei fondi necessari alla realizzazione dell'osservatorio di Gorda. Questo progetto rappresenta per il settore turistico bleniese un'importante opportunità: se realizzato, infatti, quest'infrastruttura faciliterà l'arrivo di visitatori nella valle non solo con lo scopo di utilizzare la struttura per l'osservazione del cielo, ma anche per effettuare gite escursionistiche nella zona, svolgere attività complementari con altre entità (Scienze per la vita, Pro Natura), ecc.

ANALISI SWOT

Forze: il progetto riguardante l'osservatorio di Gorda può vantare, come punti forti, la facilità d'accesso al luogo (considerando il fatto che si tratti di un'alpe), la possibilità di realizzare un tipo di turismo rispettoso dell'ambiente, la grande esperienza dei promotori nel settore astronomico e la flessibilità della struttura, in grado di attrarre visitatori appassionati dell'osservazione dei cieli ma anche amanti della natura, dell'escursionismo, scuole per aspetti didattici, ecc.

La principale debolezza concerne il numero limitato di posti letto nella capanna di Gorda; chi usufruirà della struttura astronomica, avrà la necessità di alloggiare il più vicino possibile all'osservatorio, per cui la capanna rappresenterebbe l'installazione ideale in questo senso.

Le opportunità riguardanti l'osservatorio consistono nelle diverse sinergie che potrebbero nascere con altre fondazioni scientifiche ma non solo, che permetterebbero di sviluppare maggiormente l'offerta. Inoltre, come confermato da Martinoli, il settore astronomico conta sempre più appassionati, malgrado in Ticino le strutture di questo tipo sono limitate. Infine, potenzialmente l'osservatorio di Gorda potrebbe contribuire alla generazione di importanti ritorni economici per l'insieme della Valle, poiché sarebbe in grado di collaborare con diverse entità di ogni sorta di settore economico.

Infine, i promotori del progetto astronomico saranno confrontati con la minaccia costante dell'inquinamento luminoso; anche se Gorda rappresenta una località molto favorevole all'osservazione, i centri urbani ticinesi si stanno sviluppando sempre più, mettendo a rischio a lungo termine la qualità di osservazione. Inoltre, trovandosi in alta montagna, la struttura sarebbe perennemente a rischio nei confronti dei danni naturali (incendi, fulmini, ecc.).

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: per poter sfruttare al meglio le opportunità legate all'osservatorio di Gorda, i promotori dovranno essere in grado di definire le varie collaborazioni seguendo una strategia unica, che possa permettere di dare un'immagine coerente e logica ai visitatori della Valle del Sole. Le forze del progetto sono infatti in linea con la proposta manageriale dell'autore del presente lavoro di diploma, ovvero quella di concentrarsi sulla clientela icinese, in particolare sulle famiglie e le persone con più di 30 anni di età. Sarà inoltre necessario creare delle sinergie per facilitare ulteriormente l'accessibilità di Gorda, organizzando ad esempio dei bus navetta.

Per riuscire a **minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità**, una ristrutturazione della Capanna Gorda è doverosa, infatti, questa struttura sarà la prima scelta, da parte degli utilizzatori dell'osservatorio, per quel che concerne l'alloggio. La creazione dell'osservatorio deve andare di pari passo con il rinnovo della capanna. In questo senso sarà fondamentale coinvolgere i privati, la fine di favorire l'investimento collettivo a favore di una tale opera.

Utilizzare le forze per evitare le minacce: per ovviare al problema legato soprattutto all'inquinamento luminoso, è necessario sensibilizzare prima di tutto il mondo politico ticinese. Per farlo, i promotori possono sfruttare la loro grande conoscenza del settore, ciò che aumenta la loro credibilità agli occhi sia dei privati che, soprattutto, dei politici.

Ridurre al minimo i punti deboli: infine, per ovviare ai vari rischi legati alla natura, sarà necessaria una pianificazione adeguata dei lavori. Tutte le migliori tecnologie di protezione dovranno essere prese in considerazione, sia per l'osservatorio che per la capanna.

Finanziamento

Apporto proprio	CHF 150'000.-
Fondazioni, privati e sponsor	CHF 400'000.-
Cantone (politica regionale)	CHF 600'000.-
Comuni e altri enti pubblici	CHF 270'000.-
Totale finanziamento	CHF 1'420'000.-

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Accessibilità	Posti letto limitati nella capanna
Turismo sostenibile	
Competenza dei promotori	
Ampia tipologia di clientela	
OPPORTUNITÀ	MINACCIE
Diverse sinergie	Inquinamento luminoso
Settore in crescita	Danni causati dalla natura
Debole concorrenza	
Impatti economici	

ANALISI TOWS

OPPORTUNITÀ	FORZE	DEBOLEZZE
	Definizione di una strategia coerente e logica	Collaborazione con la capanna per un rinnovo
MINACCIE	Sensibilizzare il mondo politico	Pianificazione adeguata

ANNEXE VIII : Fiche technique – VTT en Valle di Blenio

Mountain bike in Valle di Blenio

Scheda tecnica

Diversi studi commissionati dalle autorità comunali hanno permesso di accettare il fatto che la Valle di Blenio disponga di un territorio molto adatto alla pratica della Mountain Bike. Questo mercato rappresenta, per la Valle, un'importante possibilità di sviluppo economico e turistico.

ANALISI SWOT

Forze: oltre al fatto di poter disporre di un paesaggio e di un clima meteorologico appropriato per la pratica della Mountain Bike, lo sviluppo di questa disciplina sportiva permetterebbe inoltre di generare degli ritorni economici in tutta la Valle, poiché i vari percorsi non si concentrano in una sola zona geografica ma implicano la globalità della Valle del Sole.

Le debolezze del concetto di Mountain Bike in Valle di Blenio risiedono attualmente nella scarsa implicazione della popolazione locale e nell'assenza di un'infrastruttura specifica per questo tipo di sport come un Bike Hotel. Inoltre, in occasione della realizzazione di nuovi percorsi, le autorità comunali hanno affermato di aver ricevuto diverse opposizioni, soprattutto dal settore agricolo. Questi aspetti limitano notevolmente il potenziale di questa disciplina e del suo ritorno economico.

Un maggiore sviluppo della Mountain Bike in valle consentirebbe, a livello di **opportunità**, di lavorare con un mercato in evidente crescita, anche grazie all'avvento delle e-bike (che consente di praticare questo sport a tutti) e ai sistemi di bike sharing, che consentono l'utilizzo di biciclette per spostarsi da un luogo all'altro. Se per le città questo servizio permette soprattutto di spostarsi in modo pratico e veloce da un quartiere all'altro, nelle zone come la Valle di Blenio queste piattaforme posso permettere di unire il piacere della bici alla scoperta del territorio. Le stazioni di bike sharing saranno installate nel corso dell'estate 2019 in vari punti della valle.

Infine, il rischio principale legato allo sviluppo della disciplina del Mountain Bike in Valle di Blenio è rappresentato dall'incremento della concorrenza sia in Ticino che, in generale, in Svizzera. Molte sono infatti le stazioni sciistiche che hanno scelto il Mountain Bike come metodo di destagionalizzazione. La Valle di Blenio dispone del vantaggio legato all'aspetto paesaggistico, ma deve muoversi in maniera attiva per essere davvero riconosciuta come la "valle del Mountain Bike".

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: al momento, la partecipazione attiva della popolazione nel concetto di Mountain Bike in Valle di Blenio (eccetto l'associazione Blenio Bike) fa difetto. L'apparente indifferenza attuale potrebbe lasciar spazio ad un interessamento (e un relativo investimento) dal momento in cui la popolazione locale percepirebbe un reale potenziale economico di questa disciplina sportiva. Tuttavia, per esempio, finché i sussidi agricoli saranno maggiori rispetto ai ritorni economici del Mountain Bike è evidente che i contadini preferiscono lasciare intatti i loro terreni. In questo senso, una maggiore sensibilizzazione da parte delle autorità pubbliche dovrebbe essere concepita.

Per riuscire a **minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità**, sarebbe opportuno, a lungo termine, procedere alla realizzazione di una struttura di alloggio specifica per gli amanti del Mountain Bike. Questa struttura permetterebbe di dare un'immagine all'avanguardia della valle, e dovrebbe disporre di ogni comodità per i ciclisti (deposito per le biciclette, box per il loro lavaggio, pezzi di ricambio, personale con conoscenze meccaniche per le riparazioni, ecc).

Utilizzare le forze per evitare le minacce: la Mountain Bike è in grande crescita in Svizzera, soprattutto grazie agli eccellenti risultati dei corridori elvetici professionisti. A confermare questo fatto è stata l'organizzazione dei campionati mondiali a Lenzerheide nel 2018. A livello di Marketing, la Valle potrebbe promuovere in maniera ottimale questa disciplina con l'aiuto di un testimonial di questo sport. Per esempio, la regione turistica luganese "Lugano Region" ha recentemente ingaggiato il pluricampione Nino Schurter. Negli ultimi anni si sta facendo strada in questo mondo il giovane talento Filippo Colombo; perché non integrarlo nell'immagine della Mountain Bike in valle?

Ridurre al minimo i punti deboli: attualmente la sola entità privata che si sta impegnando nello sviluppo della Mountain Bike in Valle è l'associazione "Blenio Bike", la quale oltre a proporre delle uscite dispone di un sito internet che presenta i diversi itinerari e le varie informazioni utili. Essa non può chiaramente provvedere ad investire in maniera importante in una potenziale infrastruttura d'accoglienza tematica; un sostegno pubblico e politico a Blenio Bike potrebbe favorire lo sviluppo di questo mercato.

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Territorio e clima favorevoli	Mancanza di infrastrutture
Impatti economici per l'insieme della Valle	Scarsa implicazione della popolazione locale e le opposizioni degli agricoltori
OPPORTUNITÀ	MINACCIE
Disciplina in crescita e-bike e bike sharing Legame con la ristorazione	Concorrenza cantonale e nazionale

ANALISI TOWS

OPPORTUNITÀ	FORZE	DEBOLEZZE
	Implementare il coinvolgimento della popolazione	Creazione di un Bike Hotel
MINACCIE	Campagna Marketing con un testimonial noto	Sostegno pubblico all'associazione "Blenio Bike"

ANNEXE IX : Fiche technique – Blenio Viva

Blenio Viva

Scheda tecnica

Con l'obiettivo di migliorare la promozione di tutto ciò che la Valle di Blenio ha da offrire (eventi, manifestazioni, attività turistiche ed economiche) sia alla popolazione locale che ai residenti secondari e ai turisti, è nato il progetto Blenio Viva. Esso consiste nella creazione di una piattaforma virtuale (applicazione mobile) in grado di apportare ai fruitori ogni sorta di informazione legata alla Valle del Sole. L'applicazione è attualmente scaricabile sui vari sistemi.

ANALISI SWOT

Forze: il principale punto di forza di Blenio Viva è il fatto che questa applicazione propone un servizio unico in valle, che permette di raggruppare tutto ciò che è offerto in Valle di Blenio. Il servizio offerto dall'applicazione permette inoltre di aumentare la visibilità della Valle del Sole anche al di fuori dei confini vallerani.

Le debolezze risiedono soprattutto, come in altri progetti, alla scarsa partecipazione della popolazione; la responsabile Alessia Baroni ha affermato che il numero delle aziende bleniee che hanno aderito all'applicazione sono state davvero poche, limitando il potenziale della piattaforma.

Inoltre, come ammesso dalla stessa responsabile, attualmente l'applicazione e la sua interfaccia è ancora in fase di sviluppo.

Opportunità: a lungo termine Blenio Viva potrà rivolgersi alla zona tedescofona della Svizzera, particolarmente interessata all'aspetto dell'escursionismo. Inoltre, attualmente sono diversi gli svizzeri tedeschi ad alloggiare nelle residenze secondarie della Valle di Blenio.

Il comitato di Blenio Viva ha inoltre in progetto di creare una piattaforma volta a riunire tutte le residenze secondarie bleniee con l'obiettivo di migliorarne la promozione e facilitarne l'affitto.

Le minacce per Blenio Viva provengono dai social network, che a lungo andare potrebbero prendere il posto dell'applicazione, se quest'ultima non sarà in grado di reinventarsi continuamente offrendo sempre contenuti e servizi innovativi. Inoltre, il comitato della piattaforma virtuale vuole, in un futuro prossimo, diventare autosufficiente a livello finanziario. Per far ciò, sarà necessario fissare un prezzo per chi desidera pubblicizzare i propri prodotti o servizi tramite l'applicazione; questo procedimento prevederà un'accurata riflessione per poter sviluppare in modo ottimale e proficuo il business plan.

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: al fine di riuscire a raggiungere in modo ottimale i visitatori tedescofoni, il comitato Blenio Viva deve pianificare una strategia marketing mirata, mettendo l'accento sulle virtù della piattaforma.

Per riuscire a **minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità**, il comitato Blenio Viva deve aumentare ulteriormente la loro presenza sul territorio e nelle varie manifestazioni organizzate sul territorio bleniee. Questa vicinanza con la popolazione permetterà un maggiore interessamento dei privati, aumentando i contenuti offerti dall'applicazione.

Utilizzare le forze per evitare le minacce: Per ovviare soprattutto alla problematica legata alla definizione del prezzo (pricing), i responsabili dell'applicazione mobile bleniee devono procedere all'analisi di mercato delle piattaforme virtuali simili per comprenderne le strategie e prendere le misure adeguate.

Ridurre al minimo i punti deboli: come visto precedentemente, un rischio legato al servizio Blenio Viva risiede nella concorrenza con i social network. Per contrastare la popolarità di queste piattaforme, l'applicazione bleniee deve essere capace di concepire un'interfaccia accattivante e allo stesso tempo semplice per gli utilizzatori.

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Concetto unico in valle che raggruppa tutte le offerte	Scarsa partecipazione della popolazione
Aumento della visibilità della valle	Sviluppo tecnico limitato dell'applicazione
OPPORTUNITÀ	MINACCIE
Mercato svizzero tedesco	Preferenza delle reti sociali
Residenze secondarie	Definizione dei prezzi

ANALISI TOWS

OPPORTUNITÀ	FORZE	DEBOLEZZE
	Definire una strategia marketing mirata	Aumentare la presenza sul territorio e nei vari eventi
MINACCIE	Analisi di mercato di altre applicazioni	Concepire un'interfaccia accattivante per far fronte alla concorrenza delle reti sociali

ANNEXE X : Fiche technique – Agriculture et tourisme

Agricoltura e turismo

Scheda tecnica

Come constatato con l'analisi Benchmarking sulla Diemtigtal, l'agricoltura può rappresentare un vero e proprio valore aggiunto per le regioni alpine in cui l'aspetto paesaggistico e naturale gioca il ruolo di prim'attore. Sebbene la Valle di Blenio non sia un parco naturale regionale come la valle bernese analizzata, il settore agricolo può comunque contribuire ad aumentare l'attrattività turistica, permettendo inoltre un turismo di tipo sostenibile.

ANALISI SWOT

Forze: come appurato nell'analisi del contesto economico bleniese, il settore primario è importante in questa valle. Infatti, la Valle del Sole conta un ingente numero di aziende agricole di varia grandezza.

L'interesse della gente per questo settore è in crescita; in occasione degli eventi organizzati nelle varie aziende (come, per esempio, la manifestazione "Caseifici Aperti"), la partecipazione è sempre molto alta. Oltre alla popolazione locale, questo interesse tocca soprattutto i ticinesi che vivono nei centri urbani, desiderosi di trascorrere una giornata nella natura e nella tranquillità.

Debolezze: attualmente in Valle di Blenio la partecipazione attiva del mondo contadino nel turismo è limitata; i motivi risiedono nei maggiori interessi degli stessi contadini a porre l'accento sulla produzione anziché sul turismo. Vista la costante diminuzione del prezzo del latte, per questo tipo di settore i sussidi sono diventati ormai fondamentali per riuscire a mantenere un'azienda agricola.

In valle ci sono degli agriturismi ma, come spiegato da Martinelli, in generale le aziende agricole bleniesi non hanno il tempo necessario per prendersi cura dei visitatori, poiché tutto è improntato sulla produzione.

opportunità: le opportunità legate al mondo agricolo (unito a quello del turismo) consistono nella definizione di interessanti collaborazioni, per esempio con l'associazione Blenio Bike, che potrebbe organizzare delle gite in Mountain Bike complete di visite nelle aziende agricole. Oppure, semplicemente, una maggior coesione fra tutti i contadini bleniesi, per favorire la creazione di un marchio unito volto ad aumentare la visibilità della Valle del Sole e far fronte alla complicata situazione economica. A seguito della creazione di un marchio unico, potrebbe diventare più facile sviluppare il progetto "Caseificio Valle di Blenio", ovvero il caseificio unico.

Minacce: per il mondo agricolo, le principali minacce sono rappresentate dalla sempre più difficile situazione economica per questo settore, con il prezzo del latte che negli anni ha subito un ribasso davvero importante, a discapito dei contadini delle piccole e medie aziende.

Per Martinelli, inoltre, oggi gli agriturismi e, in generale, le manifestazioni nelle varie aziende fanno concorrenza alle ormai poche strutture d'accoglienza turistiche rimaste. L'affluenza a questi eventi è sempre notevole, ma effettivamente va a discapito dei vari ristoranti e alberghi della Valle di Blenio.

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: per riuscire a creare delle interessanti collaborazioni, si potrebbe prevedere l'intervento politico; le autorità pubbliche cantonali e comunali avrebbero il compito, in questo caso, di sensibilizzare maggiormente gli agricoltori sulle potenzialità di un marchio unico e, a lungo andare, anche di una struttura comune come un caseificio.

Minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità: a corto e medio termine, il mondo politico potrebbe pensare di ridurre sensibilmente i sussidi legati alla produzione agricola e di creare un sussidio per le aziende agricole impegnate attivamente nel turismo (agriturismo, organizzazione di eventi, collaborazioni con associazioni implicate nel settore).

Utilizzare le forze per evitare le minacce: come proposto da Martinelli, per evitare la concorrenza fra i ristoranti bleniesi e le aziende agricole, si potrebbe aumentare le sinergie fra loro. Per esempio, integrando i prodotti locali nei ristoranti, i quali farebbero una grande pubblicità alle varie aziende agricole, invitando gli ospiti a visitarle.

Ridurre al minimo i punti deboli: per mostrare i reali benefici del turismo per l'economia bleniese, le entità implicate (politica, OTR, ...) potrebbero illustrare agli agricoltori bleniesi i casi di altre regioni svizzere dove il mondo contadino partecipa in modo importante al turismo, aumentando i ritorni economici per l'intera regione. D'altra parte, queste autorità devono pure ascoltare le necessità degli stessi agricoltori, per trovare delle strategie win-win.

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Ingente quantità di aziende agricole Interesse della gente	Poco coinvolgimento nel turismo
Collaborazioni di vario tipo Creazione di un marchio unico	Situazione congiunturale sfavorevole (prezzo del latte, ...) Concorrenza con le strutture turistiche d'accoglienza

ANALISI TOWS

OPPORTUNITÀ	FORZE	DEBOLEZZE
	Intervento pubblico per favorire l'unione	Apporto di sussidi per le aziende agricole impegnate nel turismo
	Collaborazione tra il mondo agricolo e la ristorazione	Illustrare il caso di altre regioni svizzere ai contadini

ANNEXE XI : Fiche technique – Tourisme sportif d'hiver

Turismo sportivo invernale

Scheda tecnica

Malgrado gli inverni mediamente sempre meno freddi e con meno precipitazioni nevose, l'interesse generale per le discipline sportive invernali è sempre molto alto. A confermare questo fatto c'è l'ingente investimento fatto al comprensorio di Andermatt-Sedrun (SkiArena). Per la Valle di Blenio, che conta due stazioni di sci alpino e una di sci nordico, l'inverno è, sin dagli anni '70, uno dei periodi turisticamente più proficui della stazione.

ANALISI SWOT

Forze: la principale forza delle tre stazioni sciistiche blenesi risiede nella loro complementarietà; Campo Blenio infatti si rivolge principalmente ai bambini e ai principianti in generale, il Nara è maggiormente indicato per degli sciatori medi ed esperti, mentre Campra è una località perfetta per la pratica dello sci di fondo di qualsiasi livello.

Debolezze: le stazioni del Nara e di Campo Blenio dispongono di impianti di risalita ormai vetusti: le ancora e i piatti sono "fuori tempo massimo", mentre le seggiovie del Nara sono di scarsa capienza. Questo aspetto implica inoltre degli elevati costi di manutenzione, che ogni anno incidono sulle finanze delle rispettive località. Il Nara, con le due seggiovie, è particolarmente toccato da questi costi, che implicano anche il rinnovo costante delle concessioni di utilizzo.

opportunità: la più grande opportunità legata al turismo sportivo invernale della Valle di Blenio consiste in una maggiore unità di intenti fra le varie stazioni; oltre alla creazione di uno skipass unico (che potrebbe inoltre permettere l'utilizzo di altre infrastrutture durante l'anno, come la Filovia di Malvaglia), ad essere interessante e logica come offerta per il visitatore sarebbe anche una collaborazione attiva fra le varie scuole di sci. Per esempio, mentre il bambino è impegnato nel corso dei principianti a Campo Blenio, i genitori potrebbero usufruire (incluso nella tassa d'iscrizione del figlio) anche una giornata di sci di fondo a Campra, oppure di una giornaliera al Nara.

Minacce: sebbene dotati di un discreto sistema di innevamento artificiale, anche per le località di Campo Blenio e Campra (come il Nara) il surriscaldamento climatico rappresenta un problema, poiché negli ultimi anni, oltre alla neve, a far difetto in alcuni periodi sono state addirittura le temperature necessarie alla produzione di neve. Come già spiegato all'interno del lavoro di diploma, al giorno d'oggi per qualsiasi tipo di comprensorio invernale la destagionalizzazione (ovvero l'orientamento della propria offerta anche nel resto dell'anno) è fondamentale.

Inoltre, soprattutto per il caso del Nara, un'importante minaccia risiede nel potenziale rifiuto della concessione di utilizzazione delle seggiovie, soprattutto per quella che da Cancori permette di spostarsi in Pian Nara. Questo mezzo ha ormai quasi 50 anni, e nel corso delle ultime annate le entità incaricate della loro gestione hanno dovuto procedere a ingenti investimenti per garantirne l'utilizzo.

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: per riuscire a sfruttare la complementarietà delle tre località invernali blenesi e offrire quindi un'offerta combinata, è necessario unire le tre società per realizzare una gestione congiunta, che garantirebbe un maggior coordinamento. È fondamentale sempre mettersi nei panni del visitatore; per chi viene da fuori, è difficile capire perché tre stazioni invernali situate nella stessa valle collaborino poco tra loro. Secondo le raccomandazioni manageriali dell'autore è necessario intrapredere una strategia logica, coerente ed interessante ad una clientela ben definita (famiglie ed adulti ticinesi).

Minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità: grazie all'unione di intenti tra le tre località, aumenterebbero inoltre le risorse a disposizione per procedere ad importanti investimenti relativi agli impianti di risalita.

Utilizzare le forze per evitare le minacce: per ovviare al problema del cambiamento climatico, il Nara, Campo Blenio e Campra potrebbero ampliare la loro sinergia anche durante il resto dell'anno, proponendo ad esempio un'offerta combinata per quanto riguarda il concetto della Mountain Bike.

Ridurre al minimo i punti deboli: sia in caso di unione che di proseguimento "con le proprie gambe", le tre stazioni devono per forza di cose definire un piano di risparmio a lungo termine con l'obiettivo di disporre, fra diversi anni, ad ingenti risorse che permetterebbero di ovviare sia alla vetustà degli impianti che al surriscaldamento climatico.

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Complementarietà	Impianti vetusti al Nara e a Campo Blenio Alti costi di manutenzione per il Nara
OPPORTUNITÀ	Unione delle stazioni: corsi congiunti, skipass unico
MINACCIE	Surriscaldamento climatico Mancata concessione degli impianti

ANALISI TOWS

OPPORTUNITÀ	FORZE	DEBOLEZZE
Unione delle società per una gestione globale	Investimenti collettivi	
Combinazione dell'offerta anche durante il resto dell'anno	Piano di risparmio per investimenti a lungo termine	

ANNEXE XII : Fiche technique – Marque unique pour la Valle di Blenio

Marchio “Valle di Blenio”

Scheda tecnica

Archiviato il rifiuto popolare all'iniziativa "Parc Adula", che oltre alla creazione di un Parco Naturale Nazionale avrebbe inoltre permesso alla Valle di Blenio di possedere un vero e proprio marchio, attualmente è oggetto di discussione il lancio di un marchio "Valle di Blenio" in grado di identificare meglio questa valle ticinese.

ANALISI SWOT

Forze: come constatato nell'analisi di Benchmarking sulla Diemtigta, la possibilità di disporre di un elemento grafico che richiami una regione e tutto ciò che ne concerne (prodotti locali, attività economiche, turismo, ecc) rappresenta un importante valore aggiunto e ne favorisce la promozione.

Debolezze: come spiegato dal sindaco De Leoni, attualmente l'interesse degli agricoltori alla creazione di un marchio che permetterebbe l'incremento della promozione dei loro prodotti è piuttosto limitato. Molti contadini infatti vorrebbero ricevere dei sussidi in cambio dell'adesione.

Opportunità: con l'affermazione di un marchio "Valle di Blenio" (e il conseguente aumento della notorietà, della qualità dei prodotti e del senso di appartenenza degli attori coinvolti) probabilmente anche lo sviluppo dell'attuale progetto legato al caseificio unico. Questa struttura permetterebbe la vendita dei prodotti bleniesi sotto un solo tetto, e rappresenterebbe inoltre un'attrattività per i visitatori (visite didattiche, ristorazione con prodotti bleniesi, degustazioni, manifestazioni tematiche).

Minacce: la presenza di un marchio per la Valle di Blenio comporterebbe, oltre a dei vantaggi, anche a dei "requisiti" da rispettare per l'utilizzazione dello stesso elemento. Questi fattori potrebbero rappresentare per alcuni agricoltori (soprattutto per chi desiderasse aprire una nuova azienda) delle barriere d'entrata nel mercato.

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: al fine di facilitare lo sviluppo del progetto relativo al caseificio unico e di aumentare in modo importante la popolarità dei prodotti bleniesi, una volta creato il marchio "Valle di Blenio" sarebbe proficuo stringere degli accordi con rivenditori importanti (Coop, Migros, Aldi) per far conoscere meglio i propri prodotti all'infuori dei confini valligeri.

Minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità: per coinvolgere maggiormente gli agricoltori, favorendo la creazione di un caseificio unico in valle, il mondo politico potrebbe decidere di rivedere il modello dei sussidi attuale; nel caso del marchio della Valle di Blenio, si potrebbe pensare ad un sussidio supplementare in caso di adesione.

Utilizzare le forze per evitare le minacce: per evitare un possibile scoraggiamento di adesione del marchio da parte di nuovi attori economici sul mercato, i promotori di questo elemento potrebbero istituire un servizio di "accompagnamento" e di informazione, per rendere più facile l'adattamento dei propri prodotti o servizi ai parametri imposti da un potenziale marchio.

Ridurre al minimo i punti deboli: il processo di creazione di un marchio richiederebbe una fase di coinvolgimento di tutte le parti di interesse. Per facilitare al meglio questo processo, i promotori dovrebbero procedere sia ad una promozione classica (serate informative, volantini, libretti informativi) che di nuova generazione (sito internet, utilizzo dei social network, ecc).

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Aumento della visibilità	Scarso interesse degli agricoltori
Realizzazione di un caseificio unico	Barriere d'entrata per i nuovi agricoltori e per altri attori economici

ANALISI TOWS

	FORZE	DEBOLEZZE
OPPORTUNITÀ	Accordi con rivenditori	Rivedere il sistema sussidiario
MINACCE	Servizio di aiuto per l'adattamento dei prodotti	Organizzazione di serate informative

ANNEXE XIII : Fiche technique – Désaisonnalisation de la station du Nara

Destagionalizzazione del Nara

Scheda tecnica

Se per quanto riguarda Campo Blenio, il concetto di destagionalizzazione è già stato intrapreso da diverse stagioni con discreti risultati (e per Campra per ora rimane un elemento incognito vista l'imminente inaugurazione della nuova struttura ricettiva), per il Nara il riorientamento dell'offerta su tutto l'arco dell'anno fatica a prendere piede.

ANALISI SWOT

Forze: oltre a disporre di un paesaggio adatto alla pratica di varie attività (escursionismo, Mountain Bike, gite gastronomiche), la stazione del Nara organizza già attualmente eventi che richiamano un discreto numero di visitatori (UI Gir di Alp, Blenio Festival, ...).

Debolezze: oggi il Nara cerca di riorientare la propria offerta, ma sembra mancare una certa logica nei vari eventi organizzati, e soprattutto sembra mancare una certa costanza negli anni. come confermato da Lepori, la "massa" di visitatori va costruita a lungo termine, non si può certo pretendere di avere un ingente numero di partecipanti ad un evento alla sua prima edizione.

opportunità: per il Nara due sono, secondo l'autore del presente lavoro di diploma, le opportunità da cogliere; le potenziali collaborazioni con altre infrastrutture turistiche (Centro Nordico di Campra per l'alloggio dei visitatori, Campo Blenio per la diversificazione degli itinerario della Mountain Bike, le capanne alpine per la proposta di interessanti gite escursionistiche). Per quanto riguarda il Mountain Bike, le varie iniziative degli enti pubblici riguardanti i nuovi percorsi sono degne di nota, ma manca il sostegno attivo della stessa stazione nell'apertura costante degli impianti come pure nella proposta di eventi tematici per gli appassionati di questa disciplina.

Minacce: la maggior minaccia per il comprensorio del Nara nel riorientare la propria offerta anche negli altri mesi dell'anno risiede nel potenziale aumento dei costi legati all'apertura degli impianti.

Inoltre, elementi come i sentieri escursionistici o i percorsi della Mountain Bike possono subire danni importanti dovuti agli eventi meteorologici. Per questo motivo, la stazione deve essere in grado di mettere in funzione un servizio di manutenzione, in grado di sorvegliare e riparare nel minor tempo possibile i danni dovuti alla pioggia, a scoscenimenti di materiale, ecc.

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: per riuscire ad implementare il concetto della Mountain Bike, la stazione del Nara dovrebbe innanzitutto prevedere una strategia ben pianificata. Essa dovrebbe comprendere degli eventi coerenti e logici, sempre mirati a questa disciplina per riuscire a fidelizzare gli appassionati. Inoltre, in caso di collaborazione con altre entità bleniesi, gli itinerari sarebbero diversificati e di conseguenza l'offerta sarebbe più interessante.

Minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità: per fidelizzare i propri visitatori e dare un'immagine più professionale e propositiva, il Nara dovrebbe garantire l'apertura delle proprie seggovie più spesso durante la stagione estiva.

Utilizzare le forze per evitare le minacce: per far fronte ai costi generati dall'apertura estiva, la stazione del Nara potrebbe richiedere degli aiuti cantonali supplementari. Come visto nell'inchiesta qualitativa, per ottenere dei contributi pubblici è però necessario formulare una domanda seria e concreta, completa di progetti fattibili.

Ridurre al minimo i punti deboli: una delle maggiori cause dei costi è dovuta agli stipendi dei collaboratori. Durante la stagione estiva molti sono gli studenti che cercano un'occupazione temporale che gli consenta di guadagnare qualche soldo. A questo proposito, il Nara potrebbe cercare dei giovani volontari al fine di impiegarli sia nell'organizzazione degli eventi che, in generale, per la gestione dei percorsi mountain bike o dei sentieri escursionistici.

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Paesaggio adatto a diverse attività	Scarsa costanza durante l'estate
Varie manifestazioni organizzate	
OPPORTUNITÀ	MINACCIE
Collaborazioni con altre infrastrutture	Aumento dei costi
Mountain Bike	Danni naturali

ANALISI TOWS

OPPORTUNITÀ	FORZE	DEBOLEZZE
	Definizione di una strategia mirata	Garantire l'apertura durante più mesi all'anno
MINACCIE	Domanda di aiuti cantonali	Ricerca di volontari

ANNEXE XIV : Fiche technique – Tourisme culturel

Cultura e turismo

Scheda tecnica

La Valle di Blenio possiede un patrimonio culturale e storico importante; i monumenti sono vari e molto apprezzati dagli esperti. Come altri settori, anche quello culturale rappresenta un'opportunità turistica ed economica per la Valle di Blenio.

ANALISI SWOT

Forze: la Valle di Blenio, a livello culturale, può contare su numerose associazioni ed istituzioni impegnate nel campo culturale. Per esempio, il Museo Etnografico di Lottigna, l'Atelier Titta Ratti e Genucchi, o ancora l'associazione "Ul Murin da Corzönas". Sono inoltre molte le manifestazioni culturali organizzate sia nelle varie sedi che direttamente sul territorio.

Debolezze: l'afflusso di interessati alle varie manifestazioni rimane, malgrado gli sforzi profusi dalle organizzazioni, discreto. L'inchiesta qualitativa ha permesso di constatare una mancanza di conoscenza della storia bleniea da parte della popolazione locale.

Opportunità: le opportunità legate al settore culturale consistono nella creazione di interessanti pacchetti di offerta; questi forfait potrebbero unire sia diverse attività culturali sotto lo stesso prezzo, che di diverso tipo (sport, svago, cultura), rappresentando un'elemento di assoluta attrattività per il visitatore ma anche per l'abitante locale.

Oltre ai pacchetti di offerta, le varie entità culturali bleniei saranno confrontati sempre più, in futuro al fenomeno della digitalizzazione; per esempio, le associazioni potrebbero nell'avvenire offrire la possibilità di effettuare visite virtuali con la tecnologia della realtà aumentata.

Minacce: la maggior minaccia riguarda i potenziali danni che possono soffrire i monumenti storici della Valle di Blenio, sia dovuti ad eventi naturali (piogge, vento, gelo) che dall'usura del tempo.

ANALISI TOWS (RACCOMANDAZIONI)

Utilizzare le forze per cogliere le opportunità: per poter offrire dei prodotti culturali interessanti e adatti ad un pacchetto d'offerta turistica, è necessario sfruttare al massimo le competenze delle varie associazioni per facilitarne l'accesso e, nel limite del possibile, aumentare la quantità di servizi utili nelle vicinanze. Per esempio, l'autore propone di aumentare il numero di servizi igienici mobili nelle vicinanze dei vari monumenti storici. Inoltre, si potrebbero prevedere delle collaborazioni con le Autolinee Bleniei per dei viaggi organizzati nelle varie attrattività bleniei.

Minimizzare le debolezze per cogliere le opportunità: attualmente viene data un'infarinatura della storia e della cultura bleniea nelle scuole elementari, ma si potrebbe cercare di proporre dei corsi analoghi anche alle scuole medie, al fine di far comprendere ai ragazzi bleniei del patrimonio di cui dispone la valle.

Utilizzare le forze per evitare le minacce: per migliorare lo stato di conservazione dei vari monumenti storici bleniei, le varie autorità implicate (OTR, museo di Lottigna, ecc) potrebbero provvedere ad organizzare delle giornate informative sul territorio con l'obiettivo di sensibilizzare la popolazione sulla conservazione di tali attrattività.

Ridurre al minimo i punti deboli: al fine di ovviare alla carenza di conoscenza della storia della Valle di Blenio da parte della popolazione locale, e per conservare al massimo i vari monumenti bleniei, in generale sia le varie autorità implicate che il mondo politico e turistico potrebbe procedere ad un maggior coinvolgimento degli abitanti. In concreto, queste autorità potrebbero prevedere dei riconoscimenti per gli abitanti particolarmente impegnati nella conservazione del patrimonio storico e culturale della valle sopraccenerina.

ANALISI SWOT

FORZE	DEBOLEZZE
Diverse istituzioni impegnate Molte manifestazioni	Scarsa conoscenza generale da parte della popolazione
Creazione di pacchetti di offerta Digitalizzazione	Danni ai monumenti

ANALISI TOWS

	FORZE	DEBOLEZZE
OPPORTUNITÀ	Facilitare l'accesso ai monumenti	Sensibilizzare maggiormente sin dalle scuole
MINACCIE	Organizzazione di giornate di "manutenzione"	Coinvolgimento della popolazione

ANNEXE XV : Entretien avec Claudia Boschetti Straub, maire de Blenio

Come valuta la situazione economica attuale del suo comune?

Direi che il nostro comune ha una situazione economica buona, nel senso che arriviamo alla fine dell'anno con un buon risultato d'esercizio. Quest'anno, infatti, secondo il preventivo avanzerà qualcosa, quindi andiamo bene. Abbiamo il moltiplicatore al 90%; siamo l'unico comune della valle che ha questo moltiplicatore.

Nel corso di questi anni si sono fatti diversi investimenti per le strutture del comune. Per esempio, con la scuola elementare dove a tappe si sta facendo una riattazione soprattutto legato all'aspetto energetico. Poi ci sono le scuole dell'infanzia, la Casa Comunale che ha avuto un costo non indifferente, e in più sul territorio ci sono grossi cantieri come le fognature, con il quartiere di Olivone quasi ultimato, Campo Blenio pure finito, ma gli altri quartieri mancano ancora. Quindi ci sono ancora diverse infrastrutture da realizzare.

Per quel che riguarda l'aspetto turistico, c'è molta carne al fuoco. Ci sono gli impianti sciistici di Campo Blenio, che è una struttura sportiva invernale nella quale si sta studiando qualche cosa per la conversione estiva. Campra sta decollando; il cantiere finirà ad agosto e l'inaugurazione avverrà presumibilmente ad agosto. Il progetto Polisport è in fase di preparazione della raccolta fondi e del sostegno cantonale.

Considerando solo l'aspetto finanziario, trovo che il comune sia sano. Poi chiaro che dipende molto dai contributo di livellamento e dai sussidi cantonali. Questo non voglio nasconderlo, perché senza quelli... Grossi contribuenti non ne abbiamo, ad eccezione delle Officine Idroelettriche Val Blenio che sono il primo contribuente solido.

Purtroppo, Blenio ha vissuto la chiusura di diversi esercizi pubblici...

Il tema degli esercizi pubblici è un problema grossissimo, perché ci sono difficoltà a trovare gli esercenti. E questo in particolar modo perché gli esercizi pubblici esistenti sono arrivati alla fine di una generazione, poiché andavano sempre a conduzione familiare. La successione di padre in figlio oggi non funziona più, e passare ad un altro gerente non è semplice. Già per i bar ci sono difficoltà.

Questa è, a livello ticinese, una grossa lacuna a mio modo di vedere; l'esercizio pubblico, l'albergatore, il turismo sono visti un po' come una categoria di professione di serie B. Un ragazzo o una ragazza che prende in gerenza un bar o un ristorante, sembra quasi che siano arrivati all'ultima spiaggia; sono visti male. Questo proprio a livello politico e con gli orientatori professionali. In Ticino ai ragazzi non viene dato tanto valore a queste professioni, sono un po' di seconda categoria. È un peccato perché è un settore di cui abbiamo bisogno. E poi per noi che ci troviamo in cima alla valle, è un problema in più!

Ad Olivone, che è il quartiere principale, ha chiuso l'albergo Posta, però si sta costruendo una cooperativa; si è in fase di trasformazione. La cooperativa rappresenta un sistema di gestione diverso e necessita quindi di un certo lasso di tempo. Saranno inoltre necessari degli interventi strutturali, e per questo stanno raccogliendo fondi. Come terzo aspetto, trovo importantissimo che contemporaneamente si è avviato uno studio di promozione, con l'Hospitality manager di Ticino Turismo. La cosa si muove quindi non solo sotto l'aspetto gestionale, ma anche di rilancio della struttura. È chiaro che all'occhio del cittadino è brutto vedere una struttura chiusa.

Un altro aspetto è legato all'Albergo San Martino, che è chiuso da diverso tempo. La struttura ha una posizione strategica favolosa, vicino alla strada cantonale, e potrebbe quindi beneficiare del passaggio del Lucomagno. È stato acquistato da un signore di ottant'anni che ha visto l'affare, aveva già fatto alcuni passi per intraprendere la

ristrutturazione, ha già le licenze, però ha bisogno di qualcuno che lo accompagni perché lui reputa che con la sua età non vale la pena lanciarsi in un'avventura del genere. Stiamo quindi cercando un gestore che lo possa accompagnare.

Attualmente siamo in difficoltà; l'Albergo Arcobaleno funziona un po' così... è per questo che abbiamo bisogno di un apparato di sostegno. È difficile che sia l'ente pubblico a intervenire; noi, come comune, cosa facciamo? Possiamo dare un aiuto finanziario fino ad un certo punto, ma se è un ente privato, neanche tanto. Possiamo però costruire tutti i presupposti e i sostegni logistici. C'è poi l'Organizzazione Turistica Regionale, di cui preferisco non parlare...

Ci sono inoltre diversi Bed & Breakfast che stanno prendendo piede...

I Bed & Breakfast funzionano molto bene. C'è la Casa Lucomagno e il Cuore Alpino, che è stato ritirato più o meno un anno e mezzo fa da un privato e l'ha lanciato completamente su internet; funziona bene! Stanno arrivando diverse persone che stanno pensando di trasformare la propria casa privata in un piccolo alloggio; qualcosa si muove. Non nascondo inoltre che se il progetto del Polisport andasse in porto dovrebbe fare un po' da volano per tutto il paese.

Il progetto del nuovo Polisport è legato ad una strategia più ampia?

Il progetto del Polisport sarebbe in linea con una strategia unita con il Centro Nordico di Campra, l'Osservatorio di Gorda e gli Impianti Turistici di Campo Blenio. Il concetto del progetto è proprio di creare una piazza conviviale per tutto il paese, ed è visto per i residenti e per i turisti; una cosa mista. Consisterebbe in un vero polo attrattivo, perché istituendo una piccola zona di svago con il parco giochi e un'area balneabile creerebbe questo polo aggregativo estivo che oggi manca. Tanti vengono in vacanza qui, anche con le case secondarie o le colonie, soprattutto per la montagna, per le passeggiate alpine, le mountainbike, le escursioni di media difficoltà... però manca questo elemento balneabile.

Regioni come la Verzasca o la Valle Maggia hanno dei bei pozzi ed hanno le zone naturali, mentre in Valle di Blenio non ci sono fisicamente, anche per questioni tecniche con la presenza delle officine. Da lì è nata l'idea del nostro progetto; si era partiti da un possibile laghetto alpino, perché sembrava la soluzione ideale essendo non troppo impegnativa e non troppo costosa. A livello ticinese però, le possibilità di laghetti sono due: di tipo biologico, che prevede una gestione complicatissima a causa degli sbalzi di temperatura (inoltre, la vedo dura nuotare con i ranocchi...!), oppure di tipo balneabile. Per garantire la balneabilità ci vuole la pulizia dell'acqua con il cloro o con il sale, e una pompa che purifichi l'acqua. Cosa che ha complicato il progetto a livello dei costi.

Siamo andati in Surselva, quindi a pochi chilometri da qui, dove di laghetti ce ne sono parecchi; a Sedrun, a Laax... di tutti i tipi. Purtroppo, la legislazione grigionese è molto più semplice; basta un riciclo naturale di acqua. Tra l'altro, da noi per fortuna l'acqua è ancora abbondante e ancora accessibile, come una fontana con un tubo di una captazione un po' più ampia. Ma a livello ticinese non ci danno l'autorizzazione alla balneabilità, per cui abbiamo optato per una piccola piscina di questo tipo. Abbiamo inoltre il campeggio Camper, che permetterebbe anche di usufruire di un incasso per i costi della struttura, con accanto delle piccole casette pod di affitto, per evitare quelle bruttissime roulotte fisse, i camion... l'area tende c'è comunque, però se qualcuno lo desidera può affittare a un costo minimale una piccola casetta. Il bar sarebbe come quello dell'attuale struttura ma spostato con una vista rivolta a sud, con una terrazza, molto più piacevole e attrattivo come esercizio pubblico. E con una modulare a tre settori, con un modulo dove sarà inserita un'area di giochi per i bambini coperta con palline, corde, arrampicate... il contenuto non lo abbiamo ancora definito. Quella dell'area giochi coperta è un'altra caratteristica che ci veniva

richiesta spesso dalle colonie durante l'inverno o nelle giornate di brutto tempo. Oltre alla palestra, per le attività sportive, si vuole quindi inserire questo elemento, con la visibilità diretta dal bar; le famiglie private possono venire al bar e vedere direttamente i bimbi di là. Il terzo modulo invece è l'entrata di tutto il centro, quindi il cuore nuovo del centro, con gli spogliatoi della protezione civile che diventerebbero la zona per i campeggiatori con le docce, i bagni e la lavanderia.

Il progetto è nato perché il nuovo comitato del Polisport vuole rilanciare la struttura. È una struttura che ha trent'anni, ha comunque un suo curriculum e una capacità grandissima di spazi; il lato negativo è quello di trovarsi in cima ad una valle; per l'organizzazione di eventi e mostre molto spesso si ha dunque sempre paura che la dislocazione non porti la necessaria clientela. Con questo rilancio, con una parte esterna che può essere ludica e ricreativa, vorremmo rivederlo anche nell'ottica di un simposio, per delle conferenze, anche per qualcuno che magari si ferma qualche giorno, usa la struttura grande per il suo lavoro e poi beneficia un po' dell'area di svago; sarebbe polifunzionale anche in questo senso. E poi per ridurre al massimo i costi, perché la palestra è utilizzata dalla Gioventù & Sport parecchie volte, ci sono gruppi che organizzano eventi come carnevali e feste. E quindi da lì c'è l'idea di ampliare questo centro.

Perché coinvolgere gli altri? Prima di tutto perché siamo nello stesso comune, ci mancherebbe! Se non ci fossero le sinergie sarebbe uno spreco! Inoltre, tra gli azionisti della società anonima c'è lo Sci Club Simano di Campra e gli impianti sciistici di Campo Blenio. In questo ambito rientra anche il discorso del progetto Mountain Bike, con un percorso che dovrebbe passare proprio qui davanti alla Casa Comunale... si sta quindi cercando veramente di collegare tutto quello che c'è. Io dico sempre che in Valle di Blenio abbiamo tanto, ma tutto molto scollato; ognuno pensa al suo progetto, è classico e normale. Però manca la fase di collegamento... per coloro che organizzano un weekend o una settimana dove usufruiscono di diverse strutture, potrebbe essere interessante! In più, in un futuro non prossimo, io lo auspicio come gestione, nel senso che ci sia un'amministrazione unica, uno scambio di personale, pensando sia alla parte estiva che a quella invernale... è chiaro che è da costruire perché ogni società ha le sue amministrazioni, la sua storia e il suo curriculum, però un inizio di collaborazione lo vedo molto interessante. Altrimenti è tutto troppo dispersivo.

Come mai il Comune di Blenio ha deciso di sostenere in maniera importante l'iniziativa legata all'Osservatorio di Gorda?

Il progetto dell'Osservatorio l'ho appoggiato tanto, prima di tutto perché si troverebbe sul mio comune, per carità ci mancherebbe! E poi perché trovo veramente che sarebbe una struttura scientifica e culturale, e non ci sarebbe solo l'aspetto ricreativo. Valle di Blenio ha degli atout: non ha la ferrovia, non ha l'autostrada... una volta era una disgrazia, ma adesso è una fortuna. Dobbiamo giocarci bene il territorio! Trovo inoltre che una conformazione morfologica dai 500 metri ai 3000 offre molte possibilità di svago, ricreative, sportive, e anche scientifiche quindi... ben venga la flora, la fauna, i cristalli e quant'altro! Quando mi hanno detto che c'era la possibilità di essere una zona pregiata anche per l'astronomia, non ci ho pensato due volte perché trovo bellissima questa prospettiva. Mi hanno spiegato che oltre a non avere l'inquinamento luminoso, l'apertura della valle permette anche questa buona visione. C'è anche la capanna di appoggio che darebbe quindi un bell'aiuto alla struttura, come pure l'aspetto educativo con le scuole, la collaborazione con la Fondazione Alpina, con Pro Natura... tutto legato agli aspetti scientifici. È chiaro che anche la presenza del Sig. Martinoli ha aiutato; fa parte delle personalità che ritengo eccezionali in Valle di Blenio, e che hanno una bella cassa di risonanza a livello svizzero.

A livello di finanziamento, in che fase si trova il progetto del Polisport?

Il finanziamento del comune è stato approvato dal Consiglio Comunale; in autunno dovrebbe andare in Gran Consiglio e stiamo preparando con le banche tutto quello che è il piano finanziario completo. Nel frattempo, con i progettisti, stiamo preparando il progetto definitivo con tutta la calcolazione dei costi, per poi arrivare pronti subito dopo l'avvallo del Gran Consiglio con le gare di appalto. Essendo una società anonima con cinque settimi di proprietà del comune, la maggioranza è pubblica e bisogna andare con le commesse pubbliche. Le gare di appalto sono un bell'impegno e occorre anche un bel po' di tempo perché bisogna fare i concorsi, pubblicare e lasciare il termine di ricorso... la gente scalpita ma ci vuole tempo e pazienza. La licenza edilizia c'è già da un anno; è passata da diciotto uffici cantonali, e prima avevamo fatto un cambio di piano regolatore perché il terreno era agricolo.

Sono sei anni che siamo in ballo con questo progetto. Abbiamo ridotto i costi all'osso, e arriviamo con 4 milioni per proporre questo. Si tratta anche di una riqualifica di tutto il comparto, che esteticamente è abbastanza brutto attualmente. Dei diciotto uffici implicati, alcuni erano legati alla vicinanza col fiume e alle difficoltà che ne conseguono. C'è stato anche, per via di questa posizione, il primo studio idrologico del Ticino, con una simulazione tricentennale! Siamo a buon punto, se posso definire così la situazione.

Ci sono altri progetti in atto a livello turistico?

A livello turistico è in fase di abbozzo e di concetto l'iniziativa per l'estate a Campo Blenio. L'anno scorso per esempio, la festa del Pentathlon del Boscaiolo nella Pineta Saracino fatta a livello ticinese è stato un successo strepitoso, anche perché la zona era proprio ideale per questo tipo di struttura. Lì si è visto come c'è un bel potenziale in questa zona. Il progetto è comunque collegato all'infrastrutture invernali già esistenti. La festa del Pentathlon ci ha mostrato cosa si possa costruire all'interno di questo spazio, coinvolgendo le aziende agricole, che tra l'altro sono tra le più grandi del Ticino ed hanno già un loro negozio e strutture para-turistiche perché sono già predisposte a questo aspetto. C'è pure il discorso delle Mountain Bike...

Campo Blenio, e non mi stancherò mai di ricordarlo, si chiama così perché un tempo era un accampamento romano, da dove partono diverse valli; effettivamente, da lì un amante delle escursioni ha un ampio ventaglio di possibilità: la Valle di Campo, Predasca, la Bovarina, il Lago Retico, il collegamento con il Lucomagno (che è un'altra zona pregiata che forse non valorizziamo abbastanza a livello di valle). C'è poi tutta la zona della Greina, che è addirittura quasi patrimonio dell'UNESCO! C'è poi tutta la parte del Luzzzone che porta verso l'Adula, la Val Carassina... si apre veramente un mondo. Trovo che sarebbe molto interessante poter inserire qualcosa di ben fatto, nella natura, per i gruppi e per le famiglie con i bambini... l'idea è di riportare il target invernale, ovvero la famiglia che impara a sciare, anche d'estate con dei giochi. Si parla di percorsi di Mountain Bike per i bambini, qualcosa visto proprio nell'ottica del bimbo. Può essere davvero interessante!

In un suo articolo sul mensile "Voce di Blenio" ha parlato dell'esigenza di avere un marchio per la Valle di Blenio: in cosa consisterebbe?

L'idea del marchio per la valle è nata da un nostro consigliere comunale, ma in realtà è da un po' che ronza; abbiamo visto l'esempio della Val Poschiavo, una valle simile alla nostra che ha creato il suo marchio e l'ha sviluppato anche nei prodotti, nelle attività, su larga scala. La nostra idea non è forse così spinta, però sarebbe quella di creare un marchio Val di Blenio compatibile, che non dev'essere in concorrenza con i vari prodotti agricoli o con l'Organizzazione Turistica Regionale. Un surplus, un marchio facoltativo a cui chi vuole può aderire, che creerebbe un qualcosa per riconoscersi all'esterno. Però è ancora tutto in fase di studio; stiamo lavorando con l'OTR-BAT. Anche se loro vedono di più il complesso, si potrebbe vedere qualcosa di simile. Anche perché la Val

Malvaglia voleva crearne uno suo, però è un po' troppo piccola. Quando è saltata fuori l'idea, ci si è detti che effettivamente un marchio Val di Blenio che si distingue un po' dalle altre valli con delle sue peculiarità può essere qualcosa in più. Senza essere una cosa troppo impegnativa; non la vedo come una cosa tassativa, dove tutti devono aderire per forza. È un'idea, perché no! Si è preso un po' in giro l'idea del peluche, ma quello era solo un esempio... però un gadget come una spilla, una maglietta o un cappellino permetterebbe d'identificarsi in una cosa.

Qualcuno potrebbe ribattere dicendo che l'opportunità di creare un marchio c'era già stata con il ParcAdula...

Lo sapevo che il ParcAdula sarebbe stato un marchio. Ma lì non era solo un marchio, ma c'era molto, ma molto di più all'interno di questo concetto! C'era un voler pianificare il territorio con una carta che metteva sotto tutela, io dico così, il nostro territorio... quindi quello era, a mio modo di vedere, un voler mettere i confini della Valle di Blenio, mettere tutta la valle in una condizione di essere veramente frenata, io la vedeva così. Il territorio cambiava verso una concezione più federalista di Berna, con un concetto di Parco gestito dall'esterno. I promotori insistevano a dire che avremmo avuto la nostra autonomia, ma quando si firma un contratto di questo tipo la vedo dura tornare indietro! Vuol dire veramente tutelare tutto il territorio, e questo è eccessivo, perché il marchio voleva veramente dire vendere a qualcun altro tutto quello che era il territorio.

Il suo "cavalo di battaglia" è il concetto di complementarietà tra centro e periferia: cosa significa?

Io sono nata e cresciuta a Lugano, anche se ho sempre avuto radici in Valle di Blenio; venivo dai nonni fin da bambina, tutti i weekend e tutte le vacanze scolastiche. Ho sempre mantenuto questo contatto; adesso sono trentacinque anni che sono domiciliata qui. Questo concetto di complementarietà fra centro e periferia lo vedo molto, perché il Ticino è vicino ed ha tante differenze tra un comune all'altro, però nello stesso tempo possiede tutto in pochi chilometri. Il nostro turista quindi può essere germanico o olandese, però può veramente essere anche il luganese o l'abitante di Chiasso, che per svagarsi viene qui! Esattamente come noi per diverse attività abbiam bisogno di recarci nei centri. Una volta abitare in periferia era visto un po' come scegliere un impatto di vita tagliato fuori dal mondo; oggi, grazie alla globalizzazione, questo non è più così. Quindi c'è chi sceglie di vivere qui perché fa la scelta di voler vivere in mezzo alla natura, più libero, più a contatto diretto con quello che è la propria valle perché tiene ad essa, evitare il rumore e l'inquinamento, vedere il verde... sono cose che secondo me prenderanno sempre più valore! Si parla dell'acqua come dell'oro blu... chiaro che alcuni sorridono a dire queste cose, però io trovo che col passare degli anni si notano molto di più. E questo aspetto penso che sia sfruttato poco; questo interscambio che già lo stesso Ticino potrebbe avere.

Una volta erano le case secondarie che portavano le famiglie. Oggi la casa secondaria prima di tutto ha un costo, secondariamente chi la vuole acquistare non lo può più fare, questa legge Weber ha bloccato tutto... inoltre è anche cambiato completamente l'approccio della vacanza, che non vuole essere necessariamente tutti gli anni ad Olivone! Con i costi che hanno adesso le vacanze internazionali, la gente preferisce avere la libertà di dire "volo di qua, vado di là" ... spostarsi liberamente, senza avere un impegno e un costo fisso. Trovo però che offrendo magari la possibilità dei weekend o su tre o quattro giorni, potrebbe essere interessante anche per il ticinese. Un pacchetto di attività tematiche, io vedo molto questo aspetto! La cultura, l'osservatorio e l'aspetto scientifico... se fai tre giorni qui, programmando delle visite guidate, partendo ad esempio dal Romanico, andando all'Osservatorio... oppure sullo sport, la biologia, la fauna. O magari solo il relax con passeggiate e cose più soft. Si parla tanto anche del potenziale delle persone anziane, che magari non vogliono spostarsi molto, e quindi potrebbero cogliere nella nostra valle diverse attività interessanti.

Cosa manca quindi al turismo bleniese per svilupparsi?

Il famoso collegamento che oggi manca; esiste l'azienda agricola, esiste la struttura sportiva, esiste la capanna, esiste il percorso in Mountain Bike... dobbiamo però collegare le cose! Io mi sono messa un po' nei panni di chi arriva; quando vado in un posto, mi piace se all'albergo trovo dei volantini con diverse possibilità da svolgere, senza diventare matti! In più trovo che con il mezzo dell'internet non è più così difficile! Se uno crea dei buoni pacchetti e li promuove, non deve più andare alla fiera di Francoforte con lo stand come una volta per promuovere il Ticino! Il settore è cambiato molto! Bisogna usare bene il mezzo: lo insegna bene il caso delle "Maldive di Milano" [la Valle Verzasca, ndr.], che è una stupidata ma che però ha dimostrato che se uno è bravo e furbo, e usa quattro immagini e uno slogan centrale, si attira la gente. Qui arriva la nota dolente dell'OTR! L'ho combattuto abbastanza, ma sono fiduciosa nel nuovo comitato, che è cambiato completamente. Il direttore mi sembra sul pezzo perché è stato gestore del gruppo dei grappoli di Sessa (un insieme di bungalow e strutture alberghiere) e quindi ha le mani in pasta come si dice. Abbiamo avuto qualche screzo come è normale che sia. Io gliel'ho detto; sono stati più impegnati a riordinare le carte e le tasse, piuttosto che essere costruttivi e propositivi. E questo l'hanno ammesso... questo l'hanno capito. Poi c'è stato il caso dei castelli, che è un altro capitolo... però il punto cruciale io l'ho riassunto così; loro sono impegnati a spedire le fatture per raccogliere i fondi, perché gli mancano soldi per le attività. Però il concetto dovrebbe essere il contrario: io ho queste attività, e per finanziare queste attività ho bisogno di un certo quantitativo di fondi! E quindi è lì che bisogna lavorare!

Sono completamente contraria alla tassa sui posti letti freddi o caldi; questa non è colpa della OTR, è una legge ticinese. Lo trovo un sistema che non va bene... secondo me bisognerebbe trovare un'altra formula, tipo una tassa sul valore dello stabile o sulle dimensioni! Sull'utilizzo la vedo invece un po' difficile perché sarebbe difficile da calcolare... ma in ogni caso non sui posti letto! Se una persona ha la baita in montagna con dieci letti perché fa la festa del 31 dicembre una volta all'anno, e magari usa questa baita solamente tre giorni all'anno, deve pagare tantissimo... non è equa come tassa! Queste povere case secondarie sono tartassate; bisogna pagare l'acqua, i rifiuti, i posti letto, e magari usandola solo una settimana all'anno! Noi abbiamo perso un grosso indotto già dalle piccole e medie imprese con la legge Weber, perché comunque il mercato delle riattazioni era economicamente importante per la valle; imprese di costruzioni, falegnami... c'era un bel giro! Quasi tutti si mettevano a far qualcosa, riattavano, magari a scadenze regolari, di padre in figlio quando si aveva la famiglia coi bimbi piccoli e si cominciava a ritornare... e si è fermato tutto! Adesso tutte queste cascine finiranno per crollare! Per qualcuno è la giusta fine di un'economia agricola. In altri cantoni si è riusciti a schivare la legge Weber, non ho ancora capito come... ad Andermatt l'hanno fatto, e non per poco!

ANNEXE XVI : Entretien avec Gianni Martinelli, agriculteur

Come reputa il livello di coinvolgimento dell'agricoltura nel turismo in Valle di Blenio?

In generale bisognerebbe capire che il turismo fa parte della valle, non in maniera preponderante ma per l'agricoltura è di vitale importanza, perché certi scambi di opinione e di idee di progetti validissimi sono dovuti anche grazie al turismo e ai residenti secondari che hanno qui le loro case di vacanza.

Crede quindi che bisognerebbe fare qualcosa in più a questo proposito?

Il problema è che la nostra agricoltura in valle è di tipo intensiva; ci sono delle aziende abbastanza grosse per la valle e ci sono delle aziende più piccole che però comunque sono in mano a gente che sta arrivando al pensionamento... le grosse aziende hanno bisogno spazio e flessibilità di spostamento; col turismo bisogna cercare in questo senso di costruire dei progetti sostenibili sia da una parte che dall'altra.

È chiaro che da più di cinquant'anni a questa parte, con la realizzazione degli impianti sciistici e di altre infrastrutture, si è sviluppato (anche grazie all'arrivo di un certo benessere e varie collaborazioni) la possibilità per le persone che vengono dalle zone periferiche di avere un posto di lavoro e di guadagnare qualcosa anche al di fuori dall'attività agricola. Questa cosa è certamente un fatto positivo; purtroppo non tutti riescono a capire questo vantaggio che porta il turismo, il quale comporta comunque dei sacrifici.

Alcune personalità politiche hanno affermato che c'è poca unità tra i contadini. Lei cosa ne pensa?

La rivalità fra le aziende da una parte è un bene perché porta a migliorare la propria offerta e sempre voler far di più. D'altra parte, la politica agricola che cambia ogni quadriennio il sistema di contribuzione (una volta sulle mucche, una volta sulle superfici...) fa sì che comunque a livello di aziende agricole ci sia sempre un contrasto, una voglia di "rubarsi" le cose. Con gli attuali contributi di superficie per esempio c'è stato il gran desiderio di volersi accaparrarsi tutti i terreni, "rubarseli" uno con l'altro. Queste politiche creano sicuramente dei contrasti tra le aziende agricole, e fanno sì poi determinati progetti non vadano in porto. La nostra valle è particolarmente ben messa in questo campo, ci si "frega" uno con l'altro!

So che c'era (o c'è) in ballo la storia del caseificio per la Valle di Blenio...

Io faccio parte del comitato Caseificio Blenio. Questo progetto è stato voluto in seguito al continuo peggioramento (ribasso) del prezzo del latte a livello di Federazione Ticinese Produttori di Latte (FTPL). Questo è dovuto al fatto che non potendo mungere d'estate bisogna produrlo d'inverno, e quindi i contadini sono stati colpevolizzati di produrre mari di latte d'inverno che non aveva commercio in Ticino, per cui bisognava trasportarlo in Svizzera interna. Il prezzo del latte continua a diminuire; noi, pensando a ciò che è successo in Leventina (dove si è realizzato un caseificio ma dopo il quale ne sono stati fatti diversi aumentando la concorrenza e quindi pure la pressione sui prezzi), abbiamo riunito una quindicina di contadini creando un unico fondo di finanziamento di tasca nostra per poter sviluppare il progetto del caseificio, con l'obiettivo di fermare un eventuale propagarsi di caseifici privati. Il tutto senza voler far concorrenza a nessuno!

È da dieci anni che stiamo lavorando su questo progetto; per poter partire abbiamo messo di tasca nostra 100000 franchi di capitale. Abbiamo in seguito cercato il terreno ideale; questa fase non si è rivelata facile, perché per fare un caseificio diciamo "industriale" (e non legato ad un'azienda agricola specifica) bisogna costruire la struttura in una zona riservata alle attività commerciali ed artigianali. Di queste zone in Valle di Blenio non è che ce ne siano molte! Si è infine optato per Olivone, perché si tratta della zona in cui si concentra il maggior numero di

aziende agricole ed è inoltre il luogo più vicino agli alpi; eventualmente in futuro si potrebbe portare il latte direttamente dagli alpeggi a costo zero, per cui è stato fatto anche questo tipo di ragionamento. Per quanto riguarda il latte prodotto nel resto della valle si potrà pensare di organizzare il trasporto per convogliarlo direttamente al caseificio. Il caseificio di Poschiavo però ad esempio comprende una zona di 15-20 chilometri in cui ognuno porta il suo latte alla struttura, perciò anche qui in valle si potrebbe adottare questo sistema, dove ogni contadino provvederebbe al trasporto del suo latte guadagnando perlomeno il costo del trasporto, che oggi rappresenta una spesa piuttosto onerosa che penalizza il prezzo del latte.

Il progetto del caseificio è ancora in fase di contatto per valutare la possibilità di commercializzazione e quant'altro; purtroppo l'azienda trasformatrice della FTPL (la LATI) sappiamo tutti com'è andata a finire, e di sicuro questa cosa non è stata colpa dei contadini bensì di una mala gestione da parte dei dirigenti, che non erano all'altezza di gestire un'azienda del genere.

Oggi come oggi i contatti che abbiamo ora sono senz'altro più positivi rispetto a quelli che avevamo prima. Eravamo arrivati alle 23:45 pronti per mettere le firme e poter collaborare con la LATI, che era la nostra casa madre, ma alla fine arrivò il rifiuto da parte sua e quindi tutto cadde. Ora c'è da sperare che coi nuovi proprietari della LATI si possa intavolare un discorso forse ancor più serio. È stato fatto uno studio a livello federale realizzato dalla Agroscope, il quale ha concluso che un caseificio in Valle di Blenio può essere realizzato considerando la quantità di latte presente in valle. Berna era favorevole al progetto quando realizzammo i "pre-contatti" ... d'altra parte ad Airolo c'è una quantità sufficiente di latte per poter gestire il loro caseificio, ovvero 4 milioni di chili di latte, di cui un milione è consacrato al caseificio. Per cui, quel giorno in cui dovremmo salire noi con il nostro milione di chili per chiedere un aiuto nelle spese di trasporto loro ci risponderebbero di arrangiarci! Questo è un discorso che si deve fare, senza polemiche, per dire veramente come stanno le cose. È chiaro però che il gruppo di contadini che si è messo assieme per realizzare il caseificio non lo hanno fatto per fregare qualcuno o per sostituirsi al ruolo della FTPL; loro hanno fatto un progetto di collaborazione per poter ottenere specifici risultati!

È chiaro che, come sempre in Valle di Blenio, ci sia uno schieramento favorevole e uno schieramento accanitamente contrario. Secondo questi ultimi l'obiettivo del caseificio è quello di far fallire la FTPL con la LATI... anche se la LATI è già stata liquidata a costo zero dai proprietari.

Il consiglio comunale di Blenio ha proposto la creazione di un marchio per la Valle di Blenio. Secondo lei potrebbe essere un'opportunità?

Senza rinvangare troppo il passato, chiaramente con il ParcAdula si sarebbe creato un marchio di livello svizzero e, secondo i promotori del progetto, molto valido.

Adesso c'è il progetto Blenio Plus, ovvero il progetto cappello di sviluppo regionale voluto da Berna che comprende varie iniziative come quella legata al caseificio. Blenio Plus comprende ad esempio le opere di mantenimento dei sentieri da parte dell'associazione Meraviglie sul Brenno oppure la creazione di punti vendita dei nostri prodotti. L'anno scorso i promotori di questo progetto cappello hanno organizzato una riunione con tutte le parti coinvolte (produttori agricoli, viticoltori, macellai, albergatori...) per discutere sulla creazione di un marchio a livello di valle; i presenti erano un numero considerevole e ci sono stati diversi interventi. Era pure presente Gianluca Giuliani, promotore del progetto legato alla Val Poschiavo. È risultato chiaro che per creare un marchio è necessario creare una filosofia per queste cose, instaurare una mentalità positiva nelle persone della valle che permetta di credere nei progetti e non sempre di pensare "se non lo faccio io, ci sarà qualcun altro che lo farà al mio posto"!

Dovremmo pensare tutti assieme che se ognuno di noi facesse la propria parte tutto sarebbe più facile per poter creare un marchio volto a promuovere i prodotti locali. Ci dev'essere una filosofia improntata innanzitutto sulla correttezza e sul rispetto di determinate regole, perché è impensabile di realizzare un marchio ma poi ognuno fa le cose come gli pare! Bisogna fissare degli obiettivi e far di tutto per raggiungerli tutti assieme. Dopo questa riunione erano tutti propositivi e volenterosi di fare qualcosa in questo senso, ma in realtà dopo quella serata nessuno ha più interpellato i promotori dell'idea, nessuno si è più informato o si è offerto di dare una mano per lo sviluppo del marchio. La maggior parte dei giovani agricoltori presenti, e qui ti dirò una cosa che probabilmente li farà arrabbiare, hanno unicamente chiesto quali sussidi avrebbero ricevuto aderendo a questa iniziativa; se tutti andassimo avanti pretendendo un sussidio per ogni cosa che facciamo, non andiamo molto distanti!

L'idea di creare una sorta di logo per la Valle di Blenio può essere fattibile, però bisogna anche sostenere i progetti Blenio Plus per poter avere un certo finanziamento. In questo senso l'idea può essere buona, però bisognerà cercare i finanziamenti, che non possono sempre essere richiesti ai comuni. Abbiamo tra le mani un progetto che se siamo capaci di sfruttare garantirà dei benefici, se invece continueremo con certi ragionamenti che si fanno oggi ci ritroveremo con un pugno di mosche, come sempre!

Il concetto di marchio potrebbe anche sviluppare i punti vendita sugli alpi?

Qualche punto vendita c'è già lungo alcune strade o in determinate zone, la vendita diretta esiste già. È chiaro che se si potrebbero creare dei punti vendita più vicini ai centri dove c'è più gente, perché bene o male qui in valle ognuno ha i suoi prodotti e il mercato è dunque assai limitato. Bisognerebbe impiantare dei punti vendita in luoghi strategici del cantone; per esempio lungo una strada le strade trafficate, dove passa molta gente!

Su un'alpe, per esempio sul Lucomagno, il punto di vendita funziona, però si limita al periodo estivo, il resto dell'anno non c'è gente! Il progetto Blenio Plus prevede pure dei punti vendita per le aziende agricole e agrituristiche. Ma non bisogna pensare che, con l'arrivo di questo concetto, si riceva un determinato sussidio per l'acquisto di un nuovo frigo per i formaggini e gli yogurt: ognuno deve cercare di metterci del suo per commercializzare ciò che si produce! Bisognerebbe ragionare in questo senso!

È da dieci anni che stiamo lavorando all'iniziativa Blenio Plus e non è sempre stato facile; sono state fatte un'infinità di riunioni, ci si è trovati con le persone ma non sempre si ha quel riscontro e soprattutto quello spirito di iniziativa; io reputo che questo sia un po' l'aspetto negativo della nostra valle.

Cosa ne pensa delle aziende agrituristiche?

Forse la mia idea riguardo agli agriturismi è condivisa da pochi. La nostra è un'agricoltura di tipo intensiva, per cui il tempo da dedicare al cliente non è molto. Si può creare un'azienda agrituristica, ma bisogna avere un buon numero di collaboratori, perché se un visitatore alloggia in un agriturismo in cui non viene nemmeno salutato al mattino rimane deluso. In Italia le aziende agricole che offrono anche l'aspetto agritouristico sono completamente differenti: "espongono" i propri animali quasi come se fosse un museo, però loro si dedicano solamente a quello e il territorio viene gestito come viene gestito, a differenza nostra dove avviene una gestione differente.

Secondariamente credo anche che, a livello di valle, la ristorazione e l'albergheria sta calando: i posti che permettono un alloggio non ci sono quasi più. Gli agriturismi vanno bene se si riesce a garantire un'accoglienza dalla A alla Z, ma se si gestisce un agriturismo che propone solamente delle sporadiche feste si va a compromettere la ristorazione classica di una regione "misera" come la nostra! La festa in sé va bene, poiché perlomeno viene

fatto qualcosa e si crea affluenza, ma se io organizzo un pranzo presso la mia azienda agricola con polenta e mortadella a 10-15 franchi per porzione, io ci guadago ma il ristorante non potrà mai competere con questi prezzi!

La mia idea è che le aziende agricole e gli stessi albergatori debbano essere in grado di collaborare: il determinato ristorante può vendere i prodotti di un'azienda, e poi propone ai clienti di andare a visitarla. Questa potrebbe essere una forma vincente! Oggi ancora un po' non si sa nemmeno più dove andare a bere un caffè: si va nei bar per incontrare la gente e scambiare delle opinioni, ma se non ci sono più questi esercizi pubblici non possiamo mica andare negli agriturismi!

Questa è la mia opinione: si fa una grande promozione per questi agriturismi, ma in una regione come la nostra la verità è che questo tipo di servizi provocano dei danni al settore alberghiero e della ristorazione! Ma avendo una maggior unione e una maggior collaborazione tutti potrebbero lavorare bene! Gli albergatori hanno le strutture per l'alloggio, mentre il concetto del "dormire sulla paglia" va bene sino ad un certo punto, perché in un'azienda agricola dove ci si sveglia all'alba per mungere le mucche e per fare tanti altri lavori probabilmente si finisce per svegliare gli ospiti!

I segnali però ci sono, perché ad esempio in occasione della manifestazione “Caseifici Aperti” si registra sempre il pienone ovunque...

L'interesse c'è di sicuro, ma in queste giornate a beneficiarne è unicamente il caseificio! Ma i 500 visitatori non vanno nei ristoranti a pranzare, bensì nei caseifici anche perché è più a buon mercato. Al massimo si fermano a bere il caffè sulla via del ritorno... Chi opera nel settore della ristorazione si ritrova ad un certo punto a guardare le auto che passano via diritte: la mucca viene munta dagli altri!

Cosa ne pensa del progetto “Campo Blenio Estate”?

Più che il mio parere, ad interessare dovrebbe essere il parere dei giovani! Alla presentazione del progetto non ho volutamente presenziato per permettere alla gente di esprimersi liberamente senza sentirsi influenzati dalla mia presenza. È un progetto come gli altri; se ci si crede e si vuole davvero avere qualcosa, bisogna mettersi in testa che bisogna agire e metterci del proprio, un piccolo sacrificio bisogna farlo!

Per cui, se una bicicletta passa ed entra in una proprietà privata, non bisogna partire con il forcine a metterla in fuga! Se si vuole avere qualcosa, i giovani devono capire che all'epoca i nostri predecessori hanno fatto molti sacrifici e hanno accettato molte regole che hanno portato al benessere di oggi. Chi c'è ora deve rendersi conto che sono loro a dover mandare avanti il tutto e devono quindi accettare determinate cose, anche se queste possono disturbare; bisogna conviverci come in tutte le cose! Il progetto è interessante, ma non sono le persone con i capelli grigi a doversi rimboccare le maniche!

In generale, come considera il turismo bleniese attuale?

Torniamo al solito discorso: il problema non risiede nella realizzazione dei progetti, o perlomeno questa problematica può essere risolta. Il vero problema è da individuare nella gestione! A Campo si ha la fortuna di avere ancora un gruppo di giovani attaccati al paese e agli impianti, che hanno permesso di passare dalla sola gestione degli impianti di risalita alla ristorazione e oggi la cosa funziona. Ma quando si deve sempre dipendere da gente proveniente da fuori che, senza voler offendere nessuno, sono qui solo ricevere il loro stipendio e non hanno anche quell'interesse dettato dal cuore, è difficile andare in avanti.

Purtroppo nella Valle di Blenio il turismo è “povero”; in generale chi ha più soldi ne spende meno di chi ne ha pochi... un altro aspetto che manca alla valle è la mancanza di una forza politica rappresentativa: non abbiamo mai avuto un consigliere di stato a differenza della Leventina! A volte si sentono i leventinesi che lodano ciò che è stato fatto in Valle di Blenio, ma vedendo ciò che si sta muovendo in Leventina si può dire che, malgrado litighino fra loro, realizzano investimenti milionari! Chiaramente la presenza di un consigliere di stato favorisce lo sviluppo della propria regione!

Nella nostra realtà forse i politici dovrebbero seguire maggiormente i nostri progetti; Campra sarà un progetto valido fino ad un certo punto, ma la realtà è che si sono spesi 16 milioni in questa località e ad Olivone tutto sta scomparendo! Inoltre, se a gestire questo nuovo centro sono delle persone senza delle strategie valide per attirare i clienti e creare delle attività attorno sarà tutto più difficile!

Io credo nei giovani, ripongo molta fiducia in loro; come i nostri predecessori ci dettero fiducia cinquant'anni fa, io dobbiamo fare anche noi oggi! Anche noi non abbiamo fatto tutto giusto, tutti sbagliano, però si è sempre cercato di fare qualcosa per il bene della valle!

Lei è anche il presidente del consiglio d'amministrazione della Cooperativa Impianti Turistici Campo Blenio – Ghirone: quali sono le prospettive?

Bisogna rendersi conto del contesto in cui viviamo. Il cantone ha realizzato uno studio spendendo molti soldi; di solito se qualcuno spende lo fa per dimostrare di avere ragione! Ed infatti secondo questo studio la stazione di Airolo risulta essere praticamente l'unica a meritare un sostegno cantonale. Di conseguenza le altre stazioni devono essere sostenute dai rispettivi comuni, e questo rappresenta un grande onere. Dobbiamo avere la filosofia di cui parlavo prima: se c'è qualcosa di utile all'economia locale, bisogna sostenerlo!

La riconversione estiva è d'obbligo, ma non risolverà i problemi! Perché comunque anche questo progetto prevede dei costi e necessita di persone valide; non si può proporre un progetto ma poi in fin dei conti nessuno si mette in gioco! Ci devono essere le persone adatte che si interessino, si attivino per attirare la clientela e facciano girare la cosa. Questo è ciò che manca alle nostre latitudini! L'albergheria è finita in niente, perché tutti gli operatori del settore vengono da fuori: di indigeni bleniesi che lavorano in questo campo non ce ne sono praticamente più perché probabilmente stanno meglio con la loro professione.

ANNEXE XVII : Entretien avec Alessia Baroni, responsable de l'application Blenio Viva

Potrebbe spiegare in generale in cosa consiste il progetto “Blenio Viva”?

Blenio Viva è nata come esigenza da parte dei villeggianti, per capire se mancasse qualcosa in Valle di Blenio. Col fatto che gli enti turistici si siano aggregati, sembrava che mancasse un punto di riferimento per i villeggianti, ovvero i proprietari di case secondarie. Si è dunque cercato, facendo personalmente un po' un giro con l'allora direttore della sede di Blenio, di capire cosa mancasse in sé in valle, e ci siamo accorti che ciò che si chiedeva non era granché, ma che mancasse la comunicazione di quello che succedeva in Valle di Blenio.

Ci siamo dunque detti che non bisognava inventarsi nulla di nuovo; non c'è la determinata festa che manca, non è l'attività culturale o sportiva che fa difetto. Tutte queste cose ci sono, ma manca la comunicazione che annuncia che queste attività avvengono! Si voleva inoltre eliminare il vecchio sistema di pubblicizzare le proprie attività con delle lenzuola a inizio e metà valle, che odiavamo tutti fermamente! Per fortuna sono diminuiti... praticamente era il loro unico modo di comunicare quello che succedeva.

Oggi ci rendiamo conto, andando a promuovere questa piattaforma di comunicazione, che non era solo un problema del villeggiante che frequenta la valle solo occasionalmente se non solo magari in estate (anche se ci sono dei turisti soprattutto della Svizzera tedesca che passano cinquanta finesettimana all'anno in Valle di Blenio); il problema di comunicazione era anche interno, quindi dell'oriundo, del cittadino della valle. Ci siamo allora chiesti come potevamo metterli in comunicazione tra loro, e perché farlo. Il come ha trovato risposta nella creazione di una piattaforma che può essere attrattiva sia per il turista che per l'artigiano piuttosto che per le istituzioni. Facendo un'analisi con altre piattaforme simili, e abbiamo inoltre notato come le dimensioni della Valle di Blenio permettessero di realizzare una piattaforma unica per tutti i servizi, in maniera tale che la comunicazione istituzionale fosse anche un veicolo d'attrazione, d'interesse anche per colui a cui non interessava il veicolo commerciale. Essendoci, tutti interagiscono, tutti guardano e tutti curiosano, e quindi è per questo che è nata questa applicazione. Perché non il sito internet bensì l'applicazione, beh è chiaro; oggi facciamo tutto con il telefono...

Quindi il vostro servizio si rivolge ad un ampio bacino di utenti...

Noi ci rivolgiamo ai tantissimi residenti. In questi primi quattro mesi di attività non possiamo certo dire che i maggiori interessati siano i villeggianti! Abbiamo iniziato a metà stagione invernale, però la stagione turistica in Valle di Blenio è l'estate, quindi adesso sono proprio i vallerani ad aver scaricato l'applicazione! Abbiamo registrato fino ad ora 1700 download; e credo che siano tutti vallerani, perché la valle registra una popolazione di 5700 abitanti... mi sembrerebbe un po' eccessivo! Però 1700 download avendo fatto una conferenza stampa e nessuna pubblicità... vuol dire che è un ottimo risultato! Cominceremo con la pubblicità a maggio, fuori dai confini vallerani.

Come viene finanziata “Blenio Viva”?

Il finanziamento per poter partire l'abbiamo ricevuto dai comuni; quando abbiamo presentato questo progetto alla ASCOBLE hanno subito creduto nel progetto e praticamente due giorni dopo ci hanno inviato la lettera di adesione. Questo finanziamento è stato fatto in tre parti uguali, ovvero circa 6000 franchi per comune. Abbiamo inoltre in parte il sostegno di GastroBellinzona AltoTicino.

Tutto il lavoro è stato fatto dai membri in maniera volontaria, e quindi questa importante cifra amministrativa cade perché il lavoro che c'è dentro è tutto volontario per il momento. Questo non è però ciò che vogliamo mantenere perché dal momento in cui girerà correttamente dovrebbe diventare una cosa capace di autofinanziarsi. Lo faremo facendo pagare una tassa di adesione; c'è una tassa base con un minimo di notifiche push, e poi ad

ogni determinata quantità di notifiche push desiderate si pagherà qualcosa in più. Parlando di cifre, la tassa di base sarà all'incirca sui 150 franchi all'anno, con un contratto base di tre anni. Questo per le attività commerciali. Invece per le associazioni abbiamo fatto solo una tassa di adesione all'Associazione Blenio Viva. Poi chiaramente in quel momento cercheremo anche degli sponsor.

Qual è il vostro rapporto con il turismo?

Noi promuoviamo chi si dà da fare, indipendentemente se questa sia un'attività a scopo di lucro o meno. Chi ha voglia di dare un contributo alla valle, un contributo concreto, noi cerchiamo di promuoverlo. Quindi questo sicuramente è a beneficio di tutti, anche del turista stesso perché arriva, frequenta determinate attività e poi è contento quando rientra a casa, questo sicuro!

È abbastanza normale nella nostra società il fatto di non apprezzare ciò che si ha, perché abbiamo troppo! E il fatto che la Valle di Blenio sembri dormiente, anche se non lo è affatto ma agli occhi esterni appare così, può far sembrare che non ci sia nulla di attrattivo, ma invece c'è veramente tanto! Il nostro rapporto con il turismo è quindi quello di far conoscere al turista le peculiarità che la valle può avere. Di nostro non vogliamo proporre nulla, perché facciamo fatica già a frequentare già ciò che c'è, significherebbe semplicemente fare una riga in più sul calendario! Non è questo l'obiettivo, bensì dar risalto a quello che c'è già, perché non è né più né meno quello che succede negli altri luoghi, chiaramente con le dovute proporzioni. Ma magari gli altri sono capaci a venderlo, e qua siamo un po' poco capaci a vendere, siamo poco imprenditoriali in questo senso.

Qual è il vostro rapporto con l'Organizzazione Turistica Regionale?

Con la OTR-BAT abbiamo un rapporto di collaborazione e di complementarietà. Loro hanno il ruolo di promozione turistica e si concentrano essenzialmente su tutto quello che genera delle prenotazioni. Il nostro ruolo invece è quello di valorizzare le piccole attività che non generano prenotazioni, perché secondo noi tutto fa brodo; la valle viene vissuta in modo più interessante ed emozionante, e quindi poi si cercherà il sistema di far venire qua la gente e di farla restare più giorni, piuttosto che la giornata singola. L'OTR è un ufficio turistico, noi no, non abbiamo questo ruolo...

Il fatto che parte della popolazione confonde ciò che è l'applicazione “Blenio Viva” con la OTR è dovuta ad una mancanza di comunicazione?

Rigetto questa critica, perché noi abbiamo fatto della comunicazione, abbiamo anche invitato tutte le categorie rappresentate in valle a venire ad una presentazione di “Blenio Viva” per spiegare che cosa volevamo fare; hanno risposto in quindici su tre serate! Quindi devo dire che non c'è peggior sordo di chi non vuol sentire! È facile poi dire che l'OTR non fa niente e che la Blenio Viva voglia prendere il posto della stessa OTR... no; l'OTR ha il suo ruolo di marketing e coordinazione con le altre regioni, che noi non abbiamo! Noi con le altre regioni collaboreremo se sarà necessario. Però il nostro obiettivo primario è quello di valorizzare la Valle di Blenio e di creare indotto semplicemente comunicando quello che c'è.

Quali sono i vostri obiettivi futuri?

Quest'anno l'obiettivo principale è quello di rafforzare quello che abbiamo costruito l'anno scorso, promuovendo quest'applicazione e rendendola a tutti gli effetti veramente fruibile, perché adesso manca di contenuti. Si tratta quindi di chiudere il cerchio sui contenuti. Questo è l'obiettivo principale per quest'anno.

Per i prossimi anni invece intendiamo andare oltre; da una parte fidelizzare coloro che hanno scaricato l'applicazione, ma non nei confronti dell'applicazione in sé, ma nei confronti dei commerci e delle attività che ci sono in Valle di Blenio, creando questo surplus che prevederà una raccolta punti, con dei bonus e dei regali finali. L'obiettivo sarà dunque quello di incentivare chi ha l'applicazione ad andare nelle varie attività a raccogliere punti. C'è l'obiettivo, in un futuro che stimiamo fra i due e i tre anni al massimo perché sennò poi la tensione si smorza, di creare attraverso "Blenio Viva" una vera e propria piattaforma per i rustici, come c'era già stato. Non prevediamo una privatizzazione di questa piattaforma come si voleva fare con Interhome o chi per esso, perché penso che in questo momento questo mercato ha bisogno di una nuova fiducia; ne ha persa talmente tanta con tutto quello che è successo negli anni scorsi... un'associazione senza scopo di lucro pensiamo possa essere la via giusta per poter rigettare sul mercato in maniera univoca quest'opportunità della valle.

Avete già pensato alla possibilità di proporre dei pacchetti di offerta?

Quello di creare dei pacchetti di offerta è un lavoro vero e proprio, che poi dovrà avere tutta una forma assestante, e che poco la vediamo collegata solo a "Blenio Viva". Lo si potrebbe fare sottoforma di cooperativa... uno studio che sto effettuando ora, mi sta dimostrando che o si vuole che qualcuno ti costruisca il monumento, oppure ci si deve mangiare... ci vuole veramente tanto tempo! Si potrebbe essere un po' più propositivi, anche se in parte sono già collaborativi i proprietari dei Bed & Breakfast e affini, che sono poi quelli che in realtà avrebbero un introito maggiore, e riuscirebbero ad essere sufficientemente flessibili per poter offrire anche questi pacchetti. È bello offrire dei pacchetti in Valle di Blenio, ma dove si mette a dormire la gente? C'è la possibilità dei rustici, ma poi i prezzi sono stratosferici... quindi è difficile in questo momento creare il pacchetto se non c'è un gruppo di alloggiatori che si coordini... ci vorrebbe necessariamente del lavoro realizzato da sotto, dalla popolazione.

Quali sono i punti forti di "Blenio Viva"?

Tra i punti di forza di Blenio Viva metterei di sicuro la distanza prospettica della valle, il cuore in valle e l'imprenditorialità; non stiamo a pensare se ci sussidieranno, lo facciamo e basta! È forse un po' presto per valutare gli impatti economici generati; di sicuro l'obiettivo a lungo termine è quello di creare indotto!

L'applicazione è proposta anche in altre lingue?

Il servizio è pure in lingua tedesca, perché comunque il turista della valle, secondo le nostre esperienze, o è ticinese del sottoceneri, oppure della svizzera tedesca. Quindi ha senso comunicare con loro. Per ora la traduzione è fatta ancora in modo amatoriale... noi chiediamo sempre comunque quando qualcuno fa l'iscrizione sulla nostra piattaforma di mandarci i testi anche in tedesco; a questo proposito vorremmo un po' più di collaborazione con l'ente turistico, poiché se facessero loro le traduzioni sarebbe un'ottima cosa!

In generale, qual è stato il riscontro ottenuto sinora?

Un buon 90% di chi ho finora sentito mi ha detto che è un bel servizio, che piace, che è pratico... mi dicono che ora capiscono, che è chiara! C'è chi magari ha dei piccoli problemi tecnici, soprattutto legati allo smartphone e quindi ha reclamato, però posso contare questi casi sulle dita di una mano! Il riscontro in generale direi che è super positivo!

ANNEXE XVIII : Entretien avec Cristian Scapozza, commissaire du
« Museo storico etnografico della Valle di Blenio »

Mi può descrivere, in generale, la struttura del museo etnografico di Lottigna?

Sono occupato al 60% alla SUPSI dove mi occupo tra gli altri di progetti legati al geo-turismo. Sono inoltre curatore del Museo Etnografico di Lottigna. Vista la tua tematica e la tua formazione, io penso che, anche se molti lo dimenticano, a modo suo il museo è una piccola azienda, che ha comunque tre dipendenti, nessuno a tempo pieno, con un budget relativamente importante che permette di coprire le spese legate agli stipendi e fare un lavoro di progettualità. Circa la metà di questo budget proviene dal Cantone siccome siamo uno dei musei etnografici della rete di questo tipo. Siamo infatti uno degli undici musei etnografici regionali. Lavoriamo quindi a preventivo quadriennale, ma non bisogna dimenticarsi che più o meno la metà del budget viene generato tramite le entrate, quindi i proventi del museo, tramite le quote dell'associazione, perché il museo è comunque gestito dall'Associazione del Museo della Valle di Blenio, e tramite le varie richieste di sponsorizzazione, soprattutto quando realizziamo le mostre temporanee. Il personale è quindi composto dal sottoscritto come curatore al 40%, e da due custodi che durante il periodo di apertura lavorano al 50%, altermandosi ogni settimana.

La nostra è una piccola azienda perché facciamo sicuramente parte delle offerte a livello culturale e che rientrano quindi dell'attrattiva turistica nel nostro piccolo. Abbiamo quindi una parte di esposizione permanente dedicata a storia ed etnografia della valle con anche una piccola parte dedicata all'arte contemporanea soprattutto legata alla figura di Giovanni Genucchi, quindi agli artisti della Valle di Blenio. Abbiamo inoltre una parte temporanea, quindi mostre a geometria variabile che vanno da uno a due anni e che cambiano quindi spesso. Ciò garantisce quindi un rinnovo costante dell'offerta. Quello che attrae maggiormente sono soprattutto gli allestimenti temporanei. Le scuole vengono tanto per la parte permanente, però è questo rinnovo della parte temporanea che permette di richiamare l'interesse dei visitatori.

Può quantificare il volume di visitatori?

A livello di cifre, nel 2018 per esempio abbiamo fatto il terzo miglior risultato d'annata da quando sono cominciati i rilievi nel 2007 con circa 2450 entrate. Quello che è interessante, è che si guarda tutto il quadriennio c'è stata una progressione delle entrate. Tranne l'anno buio del 2015, è seguita da una progressione costante. Ciò indica che c'è stato un lavoro realizzato da chi mi ha preceduto, perché io sono curatore solamente dall'anno scorso, e io mi sono impostato su questa tendenza. Comunque, 2'450 visitatori per un museo come il nostro è una cifra non indifferente, considerando che a questi visitatori vanno sommati quei visitatori che vengono toccati con le attività organizzate fuori dal museo, perché siamo molto presenti in attività non solo in sede ma anche fuori. Quindi come museo collaboriamo con altre associazioni, abbiamo delle nostre attività. Quindi a questi 2450 visitatori bisogna aggiungere 711 che hanno partecipato alle attività esterne. Quindi, sommando tutto si superano le 3000 unità che sono state toccate dalle attività del museo della Valle di Blenio nel 2018.

Può sembrare poco, chiaramente il confronto con altri musei come il LAC è impietoso, però se si fa il calcolo su una valle di 5000 abitanti, 3000 percentualmente è tanto, malgrado il fatto che possono esserci dei visitatori ricorrenti. Una cosa che ho notato, è l'interessante apporto dei soci. Come detto l'associazione è una colonna portante per tutto quello che il funzionamento del museo. Tra l'altro il consiglio direttivo è completamente volontario ed è una cosa non scontata; se penso al presidente o il segretario di questo consiglio, in fin dei conti, è come se fossero i presidenti di un consiglio di amministrazione di una piccola azienda. Sui nostri soci, che nel 2018 erano 356, ci sono state 296 entrate. Noi quando prendiamo le statistiche chiediamo la provenienza, l'età, la zona di provenienza linguistica... quello che è interessante è che praticamente i soci hanno il 75% di tasso di

partecipazione. Poi chiaramente può essere lo stesso socio che torna più volte, però sulle cifre totali è qualcosa di interessante.

Per dare un'idea di cifra sulle attività che abbiamo fatto in sede e fuori sede, nel 2018 ne abbiamo realizzate 15, su un periodo di apertura di sei mesi, quindi in media abbiamo sempre un paio di attività al mese. Queste attività vediamo che sono interessanti perché permettono di mantenere alta la tensione su quello che sono le attività del museo e permettono al museo di profilarsi fuori dalla propria sede. Bisogna dire che seppur questo palazzo è bellissimo, si trova sì al centro di Lottigna ma non in una zona in cui c'è prossimità di servizi come invece potrebbe esserci se si trovasse ad Acquarossa con il Cinema, l'ospedale e i negozi o in centro ad Olivone o a Malvaglia. E quindi per noi è necessario spostarci e far conoscere le attività del museo fuori sede. Per esempio, l'anno scorso siamo andati addirittura fino a Lugano, al festival dei festival della cinematografia di montagna dove abbiamo presentato l'inedito film sulla Greina che abbiamo qui che è legato alla nostra mostra.

Un altro esempio di attività fuori sede è stata, sempre l'anno scorso, la collaborazione con altre mostre. Ci sono quindi state in contemporanea tre mostre legate alla Greina; una di pittori dilettanti con la Color Accademy di Sonvico esposta ad Olivone e che è tutt'ora in corso, la mostra all'atelier Titta Ratti a Malvaglia, per cui tutti e tre i comuni della Valle erano coinvolti. Tra le altre attività, abbiamo avuto un giro della Greina, sempre legato alla mostra in collaborazione con la società ticinese di scienze naturali. Abbiamo avuto come detto il festival dei festival, abbiamo organizzato un'escursione sulla Valle di Blenio e i suoi monumenti per le giornate europee del patrimonio da Olivone a Lottigna a piedi coprendo un po' il patrimonio storico e architettonico, e poi sono stati fatti delle conferenze fuori sede come ad esempio una serata sul festival dei festival ad Acquarossa. Abbiamo infine organizzato diverse attività per il 150esimo della grande alluvione del 1868 che sono state fatte in collaborazione con l'associazione "Ul murin da Curzönas", con una piccola mostra nella ex casa comunale di Corzoneso, c'è stata la festa del mulino, abbiamo fatto una serata commemorativa alle scuole medie di Acquarossa. Tutte queste attività sono state fatte fuori dalla nostra sede.

È importante spendere due parole pure sulle attività che facciamo in sede, perché anche quelle sono abbastanza diversificate. Si va dall'attività standard che consiste in una conferenza che facciamo quando abbiamo le assemblee, perché abbiamo sempre l'assemblea legata ad una conferenza in maniera da permettere di attirare sia i nostri soci per incentivari alla partecipazione sia ai non-soci. Ci sono poi delle attività come le porte aperte, la giornata internazionale dei musei e l'anno scorso per esempio abbiamo finito con la chiusura stagionale speciale, organizzando una presentazione del libro di Andrea Fazioli "Gli svizzeri muoiono felici", parlava anche della Greina. Anche questo è interessante; la letteratura contemporanea legata al museo etnografico, un binomio che proveremo a riproporre quest'anno con la presentazione del libro "La pozza del felice" di Fabio Andina, ambientato in Valle di Blenio. Cerchiamo quindi di spaziare sulle tematiche, non organizzando necessariamente solo la conferenza storico-etnografica ma anche di eventi molto legati al territorio.

Quest'anno per esempio, in occasione della giornata internazionale dei musei, oltre alla presentazione del libro di Fabio Andina, concluderemo con una merenda in cui sarà possibile degustare le birre artigianali bleniesi, perché nel nostro concetto di patrimonio non c'è solamente il passato ma abbiamo pure per esempio la gastronomia come la birra. Abbiamo pure collaborato con il mercato delle patate al Castello di Serravalle, avremo una conferenza sulle pere e sulle piante di pere in Valle di Blenio. Spaziamo quindi dall'etnobotanica alla birra artigianale, senza frontiere.

Vi rivolgete ad un target specifico?

Non ci siamo mai posti la problematica del target, anche perché io non sono un esperto di Marketing però credo che il target specifico sia una cosa ormai superata; oggi si cerca di andare su vari tipi di clientela. Noi ad esempio

registriamo delle buone entrate in alcuni periodi soprattutto grazie alle scuole, in altri periodi invece con gli adulti. Bisogna però dire che gli adulti che visitano il nostro museo hanno già una certa età. Noi vorremmo invece cercare di invogliare le persone un po' più giovani a frequentare il museo; magari si ricordano della loro visita effettuata dalla scuola, e inserendo questi elementi contemporanei come le birre artigianali potremmo creare più interesse nei loro confronti. Lo scopo è anche un po' questo.

Per quanto riguarda i dati sulle provenienze dei nostri visitatori, è interessante constatare come la maggioranza dei visitatori proviene dall'area tedesofona. Un po' più della metà, quindi il 53%, dei nostri visitatori sono di madre lingua tedesca, di cui la maggior parte svizzeri tedeschi. C'è da dire che questa questione linguistica è una cosa che curiamo; la segnaletica interna è infatti trilingue, puntiamo molto soprattutto sul fatto che i custodi abbiamo un buon livello di tedesco. Anche una mostra contemporanea come quella sulla Greina non è interamente in due lingue ma c'è un quaderno di accompagnamento che è in italiano e in tedesco. Per cui, se qualcuno non trova i testi in allestimento per ragioni di spazio ad esempio, il tedesofono ha comunque tutto il necessario per fruire della mostra.

I visitatori ticinesi rappresentano il 40% dei visitatori; sono quindi una parte relativamente importante. C'è da dire che da sud ci sono pochi visitatori; gli italiani sono infatti solamente l'1,5%. Addirittura, i francofoni, prevalentemente svizzeri, rappresentano il 2,5%, dunque sono maggiori rispetto agli italiani. Abbiamo inoltre, come si diceva prima, abbiamo un'utenza adulta pari all'80%. Il 20% invece sono bambini; in questa percentuale abbiamo un grosso contributo delle scuole. L'anno scorso per esempio abbiamo registrato 21 classi al museo. È interessante perchéabbiamo i periodi clou in maggio e settembre, quindi verso la fine e l'inizio dell'anno scolastico.

Il museo è aperto tutto l'anno?

Il museo non è aperto tutto l'anno; apriamo infatti la domenica prima di Pasqua, quindi la data di apertura è variabile in funzione della Pasqua, e chiude la prima domenica di novembre. In generale, il mese più fruttuoso per le entrate l'anno scorso è stato ottobre; è interessante perché è un'offerta autunnale. Abbiamo poi il mese di maggio, però c'è da dire che a maggio c'è stata la giornata internazionale dei musei che ha influenzato i dati di quel mese. Abbiamo poi i mesi di luglio e soprattutto agosto. Questi sono i mesi che vanno per la maggiore. C'è un piccolo calo a settembre per gli adulti, forse perché ricominciano le scuole e i ragazzi visitano maggiormente il museo con le loro classi, c'è meno abitudine qui di avere le vacanze; ottobre credo che coincida anche con i giorni i giorni di vacanza della svizzera interna. Chiaramente a livello dei ragazzi, l'affluenza è legata alle classi.

La chiusura invernale è legata prevalentemente all'aspetto climatico; il nostro è un palazzo del 1500, non isolato e non riscaldato. Io ogni tanto, anche d'inverno, mezza giornata la faccio sempre qui per controllare che tutto sia a posto, però ci saranno due o tre gradi! La maggior parte dei musei etnografici lavorano in primavera fino ad autunno. Recentemente si era discusso sulla possibilità di aprire anche d'inverno, perché sarebbe stato interessante vista la difficoltà in questa stagione a creare dei pacchetti d'offerta. Noi però non ci avevamo mai pensato veramente, perché ci sarebbero veramente delle difficoltà: fare una visita a zero gradi non è poi così gradevole. Pensare di scaldare tutti i locali è impensabile, perché significa dover rimettere mano a tutto quello che è il monumento storico. Ci sono poi dei problemi con i vari mezzi digitali; anche noi ci stiamo adattando alla digitalizzazione utilizzando diversi strumenti tecnologici, ma con le temperature sotto i cinque gradi non sarebbe ottimale per questa attrezzatura. Quindi la chiusura invernale è più una necessità per il nostro caso.

Per ritornare al discorso dei pacchetti d'offerta, quello che è interessante, è il fatto che noi siamo integrati nella Guest Card dell'OTR Blenio. La questa Guest Card è una carta data a tutti coloro che vengono in vacanza in Valle di Blenio e che comporta diversi vantaggi. Nel nostro caso ad esempio la carta garantisce un'entrata gratuita. Da quest'anno siamo anche affiliati al Ticino Ticket, gestito dall'agenzia turistica ticinese, quindi a livello cantonale. Il

Ticino Ticket permette invece uno sconto al rilievo del biglietto; uno deve quindi presentarsi con il tagliando. Infine, adesso siamo soprattutto divenuti partner dell'App "metti la valle in tasca" della Blenio Viva; questo non è male perché permette di avere una valorizzazione via questo tipo di canale delle nostre attività, cosa che in parte sta diventando più difficoltosa con l'OTR perché recentemente hanno deciso che delle attività come le conferenze o le presentazioni in italiano, non sono considerate di valenza turistica. Noi avevamo un buon rapporto con l'OTR, regolarmente mandavo loro il materiale per il sito internet dell'Organizzazione Turistica e per le locandine regionali. Da quest'anno mi è stato detto che per esempio la conferenza o questo tipo di attività non sono considerate di stampo turistico. Quindi rimediamo con la Blenio Viva

Con il Cinema Blenio non c'è una vera e propria offerta unita, abbiamo però una collaborazione a livello di disponibilità delle sale per le nostre attività come ad esempio il festival del cinema di montagna. Però alla fine, noi siamo volentieri partner per creare dei pacchetti, però non sta al museo di farsi promotore di un pacchetto d'offerta, anche per delle ragioni di risorse, di tempo e di personale. Siamo però molto aperti alle varie proposte, anche perché noi siamo un ente che lavora bene soprattutto in sinergia. Anche per cose banali; adesso faremo la presentazione di questo libro, e con la libreria Simano di Acquarossa abbiamo l'accordo per avere qui dei volumi da mettere in vendita; noi non siamo una libreria, quindi nel piccolo ci si da una mano. Una cosa che noi cerchiamo di fare e che il Presidente ne ha tra l'altro parlato recentemente, è il nostro desiderio di fare una valutazione circa la ricaduta del museo per esempio sull'economia della valle a livello di forniture, lavori, collaborazioni... è vero che non siamo una grossa ditta, però... anche le mostre, che spaziano dal falegname, il grafico o l'idraulico, cerchiamo sempre e comunque di lavorare con enti della valle. Desideriamo quindi recuperare tutte le cifre per valutare un po' la percentuale di quello che noi investiamo a livello di lavoro che resta in Valle di Blenio. Questi investimenti possono riguardare il vino quando facciamo degli aperitivi dopo le assemblee, a qualsiasi cosa.

Qual è il rapporto del museo con le nuove tecnologie?

Per quanto riguarda il concetto di digitalizzazione, il museo si trova ora in una fase di cambiamento; abbiamo appena dato un mandato per rivedere tutta l'identità corporativa del museo, dove l'unico punto fisso che rimarrà sarà il logo. L'obiettivo è che tutta questa identità corporativa andrà sia sui mezzi di comunicazione analogici, come le buste e i flyer. Ma la nostra volontà è anche quella di creare un sito internet maggiormente interattivo rispetto a quello attuale, che possa diventare una sorta di portale per il patrimonio della valle. Abbiamo inoltre una pagina Facebook; l'idea è quella di adottare tutta questa identità corporativa su tutti questi strumenti. Abbiamo cominciato a comunicare maggiormente con i nostri soci anche via mail. Anche in questo caso, c'è la volontà di avere un formato di newsletter più professionale. Per ora inviamo semplicemente delle mail con gli allegati, che in realtà vanno bene ma in questo processo si vuole uniformizzare il tutto.

Non bisogna inoltre trascurare quella che è la segnaletica interna, il museo, i cartelli sulla strada cantonale; va bene il digitale, ma alla fine una persona deve sapere dove deve svolgere per arrivare al museo, o indicare sulla porta gli orari di apertura. Tante volte si specula sul fatto che l'informazione oggi è solamente digitale... è quindi in corso quest'anno questa revisione delle attività dei vari canali di comunicazione.

Considerando la posizione geografica del museo, è attiva una sinergia con le Autolinee Bleniesi?

Una collaborazione con i vari mezzi di trasporto dovrebbe essere applicata all'insieme della rete dei musei etnografici. Noi infatti facciamo parte di questa associazione e ci troviamo due volte all'anno con tutti questi musei ticinesi. È una collaborazione a cui non avevamo mai pensato, potrebbe essere una buona idea. Poi non so se tramite la Guest Card e il Ticino Ticket ci sono comunque degli sconti a livello dei mezzi di trasporto. Può darsi che indirettamente, con il pacchetto che ci comprende, si sia uno sconto in questo senso.

Quali sono i vostri canali di promozione?

Nei vari checkpoint dell'OTR i nostri flyer sono presenti. Abbiamo inoltre un forte scambio con gli altri musei, e abbiamo poi i vari siti di promozione turistica. Con l'OTR si parla soprattutto dell'agenda per le varie attività, però in tre semplici clic sul sito dell'Organizzazione Turistica Regionale trova la pagina del Museo della Valle di Blenio. Quando si cerca tra le offerte culturali, si trova immediatamente il nostro museo. Siamo pure presenti a livello nazionale; facciamo infatti parte dell'Associazione Musei Svizzeri, con elementi non indifferenti come la carta dei musei. Siamo visibili sia sul sito sia sulla guida dei musei svizzeri, quindi sia digitalmente che in versione cartacea. Con il vantaggio che siamo noi che gestiamo l'informazione; posso entrare quando voglio sul sito dell'Associazione musei svizzeri e modificare aggiungendo un evento. Chiaramente, più ci sono modifiche e aggiornamenti della pagina, e più siamo visibili nei motori di ricerca.

I visitatori apprezzano le visite nel museo?

Chiediamo spesso il modo in cui i visitatori sono venuti a conoscenza del museo soprattutto in occasione delle varie attività su iscrizione del museo. Questo elemento è abbastanza interessante, perché nonostante l'avvento della newsletter e di altri elementi digitali, mi sono reso conto che per il nostro tipo di utenza la comunicazione più efficace resta il trafiletto sul quotidiano. Appena questo piccolo articolo è pubblicato sul Corriere del Ticino o sulla Regione che annuncia un'attività, nei giorni seguenti arriva il 70% delle iscrizioni. Nonostante i volantini e altri canali di comunicazione, i giornali funzionano ancora bene. Più che il sito, più della pagina Facebook... C'è da dire anche che noi abbiamo un canale un po' privilegiato con i mensili come la Voce di Blenio e la rivista Tre Valli, che da una buona visibilità. Chiaramente sono legati al territorio della Valle di Blenio e delle altre valli, ma alla fine c'è sempre molto spazio riservato al nostro museo, sulle nostre attività, sui resoconti delle nostre assemblee, ...

Il museo lavora con il binomio "cultura ed escursionismo"?

Capita di avere dei visitatori che stanno praticando l'escursionismo; il sentiero storico passa proprio da qui davanti. Adesso c'è l'idea di usufruire anche di questi nuovi sentieri tematici che stanno facendo. Capita; passano, si fermano a vedere il museo e vanno. Anche dei gruppi che fanno queste escursioni con il Nordic Walking e attività simili.

A livello di escursione, l'anno scorso abbiamo fatto questo evento legato alla Valle di Blenio e i suoi monumenti. Quest'anno faremo una visita guidata alla Casa dei Pagani. Al Castello di Serravalle siamo stati presenti in occasione del mercato di patate da semina e specie rare con uno stand sul museo. Si cerca di collaborare soprattutto tra le varie istituzioni come la Casa Rotonda Donetta o con la Fondazione Atelier Genucchi, inviandoci le varie informazioni.

Abbiamo per contro meno rapporti con l'Ente Regionale per lo Sviluppo del Bellinzona e Valli; avevamo avuto dei rapporti soprattutto in occasione dei progetti di mostra per quel che concerne i vari finanziamenti, ma direttamente no siccome noi abbiamo un'offerta più turistica e meno una valenza di sviluppo economico regionale.

Per quanto riguarda la soddisfazione dei nostri visitatori, è chiaramente difficile misurarla ma ci possono essere degli indicatori. Noi utilizziamo quello che viene scritto sul nostro libro dai clienti, i vari messaggi di complimenti che ricevo e il quantitativo di mancia. Bisogna dire che salvo rarissimi casi, la soddisfazione è sempre molto alta, perché secondo me modestamente abbiamo un'offerta di qualità. Inoltre, noi puntiamo sui custodi come figure professionali. In altri musei vengono impiegati prevalentemente dei volontari. Con questi non voglio dire che sono meno capaci, però questa professionalizzazione secondo me spinge ad essere professionali; può essere logico ma

non così scontato. Uno dei vantaggi è il rapporto che viene a crearsi tra noi; io ho sempre detto che è come se fossimo una squadra di calcio, ognuno ha il suo ruolo ma si gioca sempre per la stessa squadra. C'è inoltre molto scambio su quello che è il tipo di presentazione della visita guidata, ognuno è giusto che mantenga il suo stile. Ad esempio, il nuovo custode che è appena entrato in carica, non è ancora al fronte perché il museo è ancora chiuso, ma è venuto qua già diverse volte per prepararsi, mi ha inviato un testo per la visita guidata... c'è veramente una gran qualità legata all'accoglienza. Abbiamo anche una formazione continua, dove cerchiamo di essere presenti. Questa formazione è proposta sia dall'Associazione dei musei svizzeri con almeno una giornata all'anno su varie tematiche come l'accoglienza, la gestione delle collezioni o dei visitatori, sia dal Centro di Dialettologia e di Etnografia che propone varie giornate di formazione. È come dicevo; siamo in tutto e per tutto una piccola azienda, dove ognuno ha una propria formazione personale e soprattutto noi custodi abbiamo una grandissima passione. Alla fine, il museo diventa una vera e propria casa, e tutti hanno interesse nel presentare questa casa in perfetto ordine, con delle pulizie regolari... L'indice di soddisfazione dei visitatori è quindi molto alto.

Solitamente, chi viene a visitare il nostro museo sa già in partenza cosa aspettarsi. Se devo fare un'analisi critica, l'indice di soddisfazione è molto alto perché spesso trovano di più di quello che si aspettavano. C'è molta gente che crede di vedere i "soliti" elementi dell'economia rurale visti ai tempi della scuola, ma poi trovano le sculture di Genucchi e le mostre temporanee dedicate al design con elementi come il proiettore 3D che spiazzano in bene i visitatori. Per esempio, ora abbiamo un Totem sull'immigrazione... c'è sempre una dinamica. C'è la sala Bertoni, un piccolo giardino con delle piante di specie rara...

ANNEXE XIX : Entretien avec Luca Bianchetti, maire de Serravalle

Qual è l'attuale situazione economica del comune di Serravalle?

Come tutti i comuni delle nostre dimensioni, Serravalle si trova in perequazione finanziaria. Il comune usufruisce quindi di questo fondo cantonale, derivante specialmente dalle grosse città. Serravalle, nato nel 2012, negli ultimi due consuntivi ha registrato un risultato positivo; questo è già un buon traguardo. A livello cantonale ci troviamo ancora nella fascia dei comuni medio-deboli. Abbiamo inoltre un debito pro-capite superiore alla media cantonale, ma inferiore agli altri due comuni della valle.

Le entrate fiscali concernono praticamente solo le persone fisiche, abbiamo pochissime persone giuridiche; registriamo più o meno 3,7 milioni di entrate fiscali, di cui 300000 franchi provengono da persone giuridiche e 3 milioni sono da ricondurre alle persone fisiche. Il restante concerne invece le varie imposte personali, sulla sostanza eccetera. Questo da una parte è positivo perché in questo modo evitiamo di avere grossi sbalzi a livello fiscale; bene o male il numero della popolazione è sempre quello e quindi non abbiamo dei grossi cambiamenti come possono averli dei comuni come Stabio o Cadempino, dove ci sono ditte grosse che se scomparissero lascerebbero un grande vuoto. Il trend delle entrate fiscali di Serravalle è piuttosto "piatto", anche se in leggero aumento negli ultimi anni, e rispecchia quello che è l'evoluzione demografica del comune. Questo ci permette di avere una pianificazione un po' più accorta, però mancano le risorse.

In un quadriennio riusciamo a fare degli investimenti pari a 12 milioni di franchi, che non è poco per la nostra realtà. Ma non appena si supera questa cifra ci ritroviamo un po' "a terra". Abbiamo la fortuna di essere molto vicini all'autostrada, e questo è il primo atout che abbiamo. Il secondo atout, come del resto tutta la Valle di Blenio, è quello di essere ancora abbastanza incontaminati, dunque a livello di paesaggio, natura, svago e tranquillità di vita siamo attrattivi. Come dicevo prima, grazie al fatto di essere vicini all'autostrada, Serravalle è divenuto negli ultimi anni un comune di residenza per le famiglie che "scappano" dal mendrisiotto o da altre situazioni assai congestionate dal punto di vista del traffico. Sono infatti arrivate diverse famiglie a risiedere a Serravalle, provocando un leggero trend demografico in aumento; prima dell'aggregazione, sommando i tre comuni non si arrivava ai 2000 abitanti, mentre ora siamo sui 2100.

Qual è il rapporto del suo comune con il settore del turismo?

Per quanto riguarda il turismo, siamo forse il comune che dispone di minor attrazione turistica in Valle di Blenio. Il centro turistico della valle è sempre stato Olivone, essendo stata già ai tempi una stazione prettamente invernale e con i vari hotel; in seguito abbiamo Acquarossa con il Nara. Il nostro rapporto con il turismo è soprattutto legato alla stagione estiva, con la Val Malvaglia e i monti di Semione e Ludiano che sono molto frequentati. Si tratta dunque di un turismo improntato all'escursionismo e allo svago, poiché non disponiamo di grosse attrazioni turistiche come possono essere un comprensorio sciistico o una pista di ghiaccio.

Quello che abbiamo notato è che questo tipo di turismo negli ultimi anni è in aumento, e dunque il comune ha investito molto; abbiamo infatti aiutato molto per esempio la Filovia, che è un importante portale di accesso per la Val Malvaglia. Questa struttura è di grosso aiuto per gli introiti delle capanne, le quali negli anni senza la Filovia stavano vedendo la loro affluenza diminuire. Inoltre, in collaborazione con gli altri comuni della valle, abbiamo cercato soprattutto di sviluppare l'aspetto della Mountain bike. La Mountain bike è uno sport che sta vivendo un'importante crescita a livello europeo, ha un'enorme massa di utenti e, vista l'attrattività del nostro paesaggio, abbiamo deciso di puntare molto su questo.

In generale si vuole puntare su un turismo a misura d'uomo, sostenibile. C'è la volontà di installare un sistema di bike-sharing all'interno della valle, per cercare di invogliare i turisti che arrivano a Biasca di raggiungere anche la Valle di Blenio. Quello che possiamo fare a livello di comune, nel nostro piccolo, è quello di aiutare queste iniziative. Non posso nasconderti che se non c'è l'imprenditore privato, siamo sempre un po' ai piedi della scala. Il comune in sé non è un'entità imprenditoriale; aiutiamo dove possiamo, siamo ben contenti se ci sia il promotore privato che lancia un'iniziativa! Noi siamo sempre pronti a sostenerlo e ad aprirgli altre porte. Da questo punto di vista, l'esempio della Filovia è lampante; quando c'è stato il privato che ci ha creduto, il comune ci ha messo del suo e si è creata una sinergia che ha portato a dei risultati eccellenti; le ultime cifre a mia disposizione indicano infatti che la struttura riesce a stare in piedi da sola! Questo è un gran bel vantaggio, non è che bisogna investire 200000 franchi e due anni dopo si hanno già dei problemi... questa struttura ce la fa a mantenersi.

Un altro aspetto del turismo che si cerca di spingere, chiaramente sempre a dipendenza dell'iniziativa privata, è la gastronomia; se i ristoranti e i grotti funzionano bene possono venir generati degli indotti anche in altre attività come ad esempio i rustici, perché la gente è invogliata ad alloggiare a Serravalle.

Il comune ha creato, in collaborazione con la OTR, un gruppo di lavoro legato alle varie sinergie in ambito turistico legate alla Val Malvaglia, in cui è coinvolto sia il comune che tutti gli altri attori coinvolti; le capanne, chi esercita una piccola attività in Val Malvaglia, chi promuove i propri prodotti caseari, eccetera. L'intento è quello di creare una specie di piattaforma per facilitare la coordinazione fra le varie parti, perché si è visto che purtroppo ci sono molte bellissime iniziative ma non esiste una rete, non c'è la possibilità di crescere perché non si dispongono di determinati mezzi che permettano di competere con delle realtà più grandi. Si sta cercando di fare una specie di associazione di rappresentanza che abbia più potere anche verso l'esterno, e in cui il comune è presente e accompagna.

L'autorità comunale cerca di coinvolgere il mondo privato nel turismo?

Il comune non è propriamente un promotore, ma se c'è qualcosa che va nella direzione dello sviluppo turistico, le porte vengono aperte. Un'altra cosa a cui teniamo molto è quella di far rinascere i ruderi del Castello di Serravalle; si è investito molto nella pulizia e nel restauro, soprattutto grazie all'associazione ma con l'importante sostegno del comune. Anche in questo caso i risultati ci sono; prima questo luogo era abbandonato, quando io ero bambino mi ricordo che quel posto era invaso dalle piante invasive. Adesso invece è stato tirato a lucido e viene utilizzato per l'organizzazione di matrimoni e manifestazioni varie. Rappresenta inoltre un po' il nostro biglietto da visita, vista anche la recente entrata da parte del Castello di Serravalle nel circolo dei castelli di Bellinzona. L'OTR ha pure realizzato un opuscolo dedicato a questo monumento.

Il Castello di Serravalle è un altro attrattore per cercare di invitare i visitatori dei Castelli di Bellinzona a raggiungere la nostra valle; l'obiettivo è proprio quello di farsi notare, perché nel settore del turismo se non si è capaci a emergere e a "farsi sentire" si entra in una specie di sottobosco nel quale c'è troppa poca offerta. Questo è pure lo scopo principale di Ticino Turismo; entrare nei mercati per cercare di attirare in Ticino i visitatori. Abbiamo la fortuna, nella regione del Bellinzonese e dell'Alto Ticino, di avere i Castelli di Bellinzona che sono già di per sé una grande attrazione. Si riesce perciò con questa grande calamita ad attirare il visitatore, ma bisogna poi essere in grado di veicolarla in giro nei vari punti di interesse come la Chiesa di Negrentino, Airolo, Olivone, le varie capanne o la diga del Luzzzone.

A fine primavera nel suo comune viene organizzato ogni anno un importante festival musicale...

Il Sun Valley Festival nella sua cerchia fa moltissimo. In quanto a ricadute locali, non saprei dire se ce ne siano; per gli organizzatori [l'associazione Asilo Beach] sicuramente, e indirettamente ne beneficia comunque la comunità poiché con gli introiti del festival e del carnevale questa associazione riesce a sostenere molte altre attività. Asilo Beach è molto attiva sul territorio e questo è molto importante per noi e per molti altri eventi. È invece difficile dire se questo festival porti qualcosa a livello delle prenotazioni, anche perché si rivolge ad un target di persone giovani a cui piace alloggiare nei dintorni del Sun Valley Festival in tenda. Un aspetto senz'altro positivo è che questo evento lancia e promuove il nome della Valle di Blenio e del Comune di Serravalle.

Attualmente, qual è il progetto più importante previsto dal comune?

Come progetto farò il Comune di Serravalle ha in programma il rifacimento totale della scuola elementare, che evidentemente implica un investimento non da poco. In seconda battuta, un progetto in vista che può anche legarsi a tutto quello è l'aspetto turistico è il rilancio della zona "Al Boschetto"; si tratta infatti di una zona apprezzata da tutti, ma abbiamo delle infrastrutture rimaste ferme agli anni Sessanta. In questo senso abbiamo una richiesta da parte della popolazione di creare un centro polifunzionale in grado di legare le grosse manifestazioni ai piccoli eventi; oggi la zona è infatti utilizzata per l'organizzazione del Sun Valley Festival come pure per la festa delle zucche. Questo progetto rientra, in termini di priorità, subito dopo quello della nuova scuola elementare.

Abbiamo inoltre un occhio particolare per la Val Malvaglia; tra le varie opere abbiamo il recupero di canali e il recupero di pascoli persi (ricevendo dei grossi aiuti dall'esterno). La grossa spada di Damocle per noi è il fatto di dover far fronte ancora a quasi il 55% di fognature da realizzare, che implicano degli investimenti che penalizzano tutto il resto. Negli ultimi anni abbiamo rallentato questa opera per poter dare un po' di ossigeno alla popolazione, ma il comune sarà impegnato in questa realizzazione ancora per i prossimi dieci o quindici anni.

Tornando al turismo, abbiamo pure la fortuna di avere nel nostro comune l'Atelier Titta Ratti, un centro culturale che con le sue mostre e le sue esposizioni promuove il nome e attira persone.

ANNEXE XX : Entretien avec Nicola Solari, directeur de l'École Suisse de Ski Blenio**Cosa ne pensa di una potenziale unione delle due scuole di sci bleniesi (Nara e Blenio)?**

Una volta le due scuole di sci erano già unite. C'era già la scuola unita, poi c'è stata una scissione perché ci sono varie dinamiche che non ho conosciuto perché non ero ancora nato. Però era già così, poi c'è stata la scissione praticamente quando è nata la stazione del Nara... da una parte è giusto che la scuola sia legata alla propria stazione di sci, però secondo me forse una certa collaborazione con la Scuola di Sci Nara si potrebbe avere, un avvicinamento... alla fine siamo tutti amici. Abbiamo già fatto delle proposte per fare i corsi di sci assieme, quando il Nara non ha potuto aprire. Soprattutto nel bisogno l'aiuto salta fuori. Il capo tecnico collabora già con noi per l'aggiornamento dei nostri monitori... Dopo il discorso di fare proprio una fusione, bisogna forse vedere l'evoluzione del Nara, cosa succederà nei prossimi anni perché la situazione forse non sarà rosea a Campo Blenio, ma non è meglio al Nara.

Il contesto di Campo Blenio generale degli impatti economici?

A livello di impatti economici, la stazione di Campo Blenio è importantissima. A Campo non girano solamente due ruote e una cordina, ma se si parla con i gestori dei negozi in paese ad Olivone, o con i collaboratori del Centro Lingue & Sport, c'è sempre la garanzia di un certo numero di settimane di alloggio, i ragazzi al centro OTAF... insomma, si genera molto. Se non ci fosse la stazione, a Campo Blenio almeno per quel periodo dell'anno non girerebbe nessuno. Invece così c'è ancora qualcuno che lavora, c'è la possibilità di percepire uno stipendio; la scuola di sci e gli Impianti di risalita hanno delle uscite che ammontano ad oltre 1000000 di franchi! Poi ci sono i fornitori, le panetterie, quelle poche attività che ci sono, sono contente e si accorgono sicuramente che la stazione genera dei flussi. Ci sono le donne delle pulizie... non tutto è direttamente legato come chi lavora per la scuola, o per gli impianti, ma anche indirettamente c'è molto. È importante sperare che sia il Cantone che il comune continui a promuovere queste settimane montane che sono importantissime non solo per noi, perché c'è una certa ricaduta economica, ma anche un'esperienza positiva per questi bambini che vanno via di casa, magari di una nazionalità diversa, che si conoscono meglio, vedono la neve, è la prima volta che sono lontani da casa... non sono da scordare questi aspetti, sono positivissimi perché fanno bene per gli alunni. C'è da sperare che continuino a portare avanti questa cosa, perché per noi sono la linfa vitale, ma non solo le settimane montane perché a Campo ci sono anche, d'estate, i corsi di settimana verde, le scuole sono su tutto l'anno, anche al Centro Gioventù e Sport, che collabora con la Fondazione Alpina... è tutta una collaborazione veramente preziosa; il Centro Gioventù & Sport, la Scuola di Sci Blenio, Campo Blenio, la Scuola Alpina... e con queste quattro o cinque infrastrutture come la Casa Cristallina o il Centro OTAF, che sono accoglienti e già rinnovati, abbiamo un'offerta interessante a livello di regione. Secondo me bisogna puntare sempre di più su queste cose. Che portano gente anche nei periodi diciamo feriale, e non solo festivo; perché se sabato e domenica si è pieni di gente ma in settimana non c'è nessuno... Quello sarebbe peccato!

Lei è anche un grande amante della caccia. Questo mondo porta un beneficio economico alla valle?

La caccia genera degli impatti economici; i bar vengono frequentati dai cacciatori, poi ci sono quelli che comperano il fucile, i colpi, poi la carne venduta dai macellai... Ti porto l'esempio dello stand di tiro di Olivone; una volta c'erano le tre società di caccia; Bassa, Media e Alta Valle. Oggi le abbiamo unite, e qui ad Olivone abbiamo lo stand di tiro con i bersagli elettronici per il tiro di caccia, che è stato un bell'investimento! Ora, a causa di un problema fonico, verrà rimosso il tiro dai 300 metri e verrà fatto lo stand di tiro dai 100 metri, abilitato per i tiri di caccia, perché ora i cacciatori sono obbligati ad eseguire il tiro obbligatorio. È giusto, però bisogna anche avere le strutture per poterlo fare! Quindi è stato chiesto al Cantone e alla Confederazione un aiuto; si tratta comunque di una spesa di 400000 franchi! Quindi ben o male qualche cosa genera! Ci sono anche alcuni cacciatori che vengono

da fuori valle che soggiornano qui, oppure qualcuno che affitta una qualche casa o una cascina. Poi ce ne sono molti di cacciatori, ad esempio del Mendrisiotto, che spendono molto! Nei negozi di Olivone i negozi vengono comunque "svuotati", ognuno riesce a vendere qualcosa in più rispetto al solito. Qualcosa genera!

Quali sono le sue considerazioni sul futuro degli impianti di Campo Blenio?

Il problema di Campo Blenio è che si trova ad una quota bassa. Adesso bisognerà vedere cosa succederà con questi innalzamenti delle temperature. Però se si lavora bene con l'innevamento programmato, sfruttando quelle poche giornate di freddo... Non c'è poi bisogno di quel grande quantitativo di neve per poter sciare! Secondo me si riuscirà ancora a tenerlo in piedi... perché bene o male si tratta anche di un complesso poco oneroso, non ci sono seggiovie o teleferiche! Vedo meno problemi a Campo Blenio che al Nara in questo senso! Non è per fare l'egoista, però effettivamente... poi si è specializzati sulle famiglie! C'è sempre da sperare che il clima non peggiori, anche se non credo che si arriverà al punto che non nevicherà più del tutto da un giorno all'altro... si è sempre riusciti ad arrangiarsi, in ogni maniera. Io sono positivo, forse anche troppo, magari fra dieci anni ci saranno le margherite al mese di gennaio, chi lo sa! Però cosa vuoi fare? Però c'è anche il concetto di riconversione con il progetto estivo, a Campo Blenio c'è un bel progetto, bisogna crederci! Secondo me lì il cantone deve spingere questa iniziativa!

ANNEXE XXI : Entretien avec Ivo Gianora, ancien maire de Acquarossa

Come descrivere la situazione attuale per la stazione sciistica del Nara?

È evidente che per il Nara diventa sempre più difficile; ormai lo vediamo, si è strettamente legati alle condizioni di innevamento. È abbastanza che succeda come quest'anno, dove c'era poca neve e brutto tempo a Natale che si fa in fretta a scendere nella parte bassa del numero dei passaggi. Diventa sempre più difficile anche perché lo sport dello sci è sempre stato uno sport caro, quindi probabilmente oggi fanno una settimana, magari andando via, e basta. E come si è visto anche in passato, se non si comincia in dicembre, ci sono delle persone che poi non sciano nemmeno più. Quindi, ormai dell'inverno bisogna prendere quello che c'è; gli impianti sono quelli che sono, è stato fatto uno sforzo non indifferente per rinnovare le concessioni... si parla, tra l'acquisto e cosa è stato investito dopo dal 2004 ad oggi, quindi in quindici anni, di una spesa per il comune di circa 3,5 milioni di franchi! Solo il rinnovo delle concessioni ha portato ad una spesa superiore al milione. Non ci sarà rimasto molto, ci sono ancora degli interventi da fare nei prossimi anni, ma il grosso è stato fatto. Però anche lì, le concessioni sono state rinnovate, però si è sempre in continuo aggiornamento; esce una nuova prescrizione, bisogna adattarsi... quindi l'inverno è quello che è. Per quanto riguarda l'estate, purtroppo adesso si va avanti un po' così in una qualche maniera. Se non si riesce ad avere un'attrattiva, che secondo me è il Mountain bike, non riesco a vedere qualche prospettiva di avere qualche cosa di migliore di quello che c'è ora. La gente viene solo se c'è un'attrazione.

Quindi c'è da sperare che nei prossimi anni si arrivi a proporre qualcosa; l'anno scorso hanno inaugurato queste piste da downhill, ma non sono per tutti! Anche io vado in rampichino, ma da certi posti non scendo, non è così evidente! Quindi per me l'alternativa passa proprio dal Mountain bike. Dopo una cosa tira l'altra, ma è chiaro che dopo devono crearsi anche delle determinate strutture. Devono esserci qualche alberghetto in più, una qualche possibilità di alloggio in più, un qualcosa attrezzato per le riparazioni per le biciclette... però normalmente se c'è l'offerta poi c'è anche il resto.

Secondo lei, senza la valanga del 1975 le cose al Nara oggi sarebbero diverse?

Come sarebbe andata senza la valanga del 1975 non lo so; però naturalmente qualche cosa in più ci sarebbe stato. Quello è stato un avvenimento che ha dato un colpo. C'erano dei progetti aiosa, ma non erano solo dei progetti; c'era anche il finanziamento! La valanga è avvenuta tra il 5 e il 6 di aprile del 1975, e alla fine del 1974 si era dovuto decidere se fare la parte 2000 o cominciare l'albergo-ristorante, con un certo numero di appartamenti. Il progetto inizialmente era più grande ma fu ridimensionato in seguito. La scelta cadde sugli impianti, perché non si era riusciti a portare la cosa in autunno in Gran Consiglio, sarebbe dovuta andare in primavera, ma il messaggio fu fermato e bloccato proprio a causa della valanga. Però c'era il finanziatore, un americano, che tra l'altro avevo conosciuto personalmente quando venne l'ultima volta. Venne qui e disse basta, perché dopo la valanga il progetto era rimasto in ballo per tre o quattro anni, poi quando si era visto che non si poteva più realizzare, furono fatte altre proposte ma la cosa sarebbe andata per le lunghe, e si decise quindi di abbandonare tutto.

Da lì si portò in avanti la cosa fino al 1982-1983, quando fallì la società. Io rimasi agli impianti dal 1977 al 1982, è per questo motivo che ho vissuto un po' tutta la vicissitudine. È stato un peccato; chiaro, erano altri tempi, non c'erano le prescrizioni di oggi, nessuno parlava di zone di interesse nazionale, il clima era anche differente. Ai tempi, si sciava tutta la stagione fino a Leontica! Capitava una stagione su cinque un po' storta, ma nelle altre si sciava tutta la stagione fino alla metà di aprile, iniziando a fine novembre o al massimo a metà dicembre...

Nel 1975, realizzarono il 2000 e aprirono gli impianti il 20 di febbraio; la valanga avvenne il 5 aprile, quindi rimasero aperti poco più di un mese. Dall'anno dopo, anche perché l'estate era quello che era anche ai tempi, nella stagione 1975-1976 dove riaprirono dopo aver fatto tutti i piani di allarme e le protezioni, i ricavi scesero del 50% in confronto

all'anno prima dove il 2000 era stato aperto solamente un mese! Riuscirono a risalire allo stesso livello solamente cinque anni dopo. Chiaro, dipendeva sempre dalle condizioni meteorologiche, ma in media ci vollero circa cinque anni. Poi da lì cominciarono un po' i problemi, perché mancava chi finanziava... e si arrivò al primo fallimento.

All'inizio, nel primo progetto, la partenza degli impianti era prevista ad Acquarossa. In pratica si parlava già di una teleferica capace di trasportare 60 persone. Si sarebbe collocata dove attualmente si trova il Ristorante Rubino e sarebbe arrivata fino a Cancori. Da Cancori prima si chiese la concessione per una teleferica e poi la si trasformò in telecabine che portavano in cima. Nessuno si era mai preoccupato dei problemi legati alle valanghe! Questo era il primo progetto. Poi ad un certo momento, si cambiò un po' idea verso l'inizio degli anni '70, quando si era arrivati con il nuovo progetto; l'idea era di allargare la strada che sale da Leontica per arrivare a Cancori. E lì dovevano sorgere, si parlava, di 3000 posti letto. Praticamente c'erano anche tutti i posteggi, quindi l'idea era di allargare la strada a due corsie. Il progetto cadde a causa della valanga, e il progetto che seguì questo avvenimento prevedeva nuovamente di partire da Acquarossa, ma poi fallì la società, arrivò Gualtiero Pedimina, anche lui sempre con l'idea di partire dallo stesso comune ma fece la stessa fine.

Al momento dell'acquisizione degli impianti da parte del comune lei era sindaco. Mi può raccontare come andò?

Nel 2004 non c'erano alternative; era una situazione da prendere o lasciare. Tra l'altro bisogna dire che c'è stata dal 2002 una gestione in moratoria concordataria. Si è cercato di tirar là intravvedendo l'arrivo dell'aggregazione dei comuni, sperando di riuscire a sfruttarla e mantenere in piedi le stazioni. Nell'anno successivo, ovvero 2003-2004, si era costituita una società a garanzia limitata, che ha gestito gli impianti per quella stagione. Tra l'altro fu il primo anno di esistenza della Società Amici del Nara. Gli impianti erano della società sagl che però fallì, e così ci si ritrovò davanti al dilemma; cercare di andare avanti tenendo aperti gli impianti oppure chiudere. Se il comune non avesse acquisito gli impianti, chiaramente non si sarebbe più riaperto. L'esempio di San Bernardino insegna.

Fu una cosa abbastanza tirata: il nuovo comune fu costituito il 4 aprile del 2004, e in settembre si dovette già andare in consiglio comunale per cominciare a parlare di una prima fase riguardante l'investimento di 800000 franchi, in seguito di una seconda di 600000, perché si trattava anche di rimettere in stato gli impianti in modo che funzionassero, perché la concessione in quel momento era scaduta! Si è dovuto rinnovare la seconda seggiovia per dieci anni, fino al 2014; in questo senso il direttore Fabio Mandioni ha fatto un grande lavoro. Come comune si è deciso di ritirare l'incarto, e da lì è cominciato il binomio Comune di Acquarossa – Amici del Nara. Se non ci fosse stata la società Amici del Nara, sarebbe stata dura per il comune riuscire a provvedere alla gestione degli impianti... la gestione costa parecchio, per fortuna si fece l'aggregazione dei comuni e la società c'era già, e si è potuto fare questo passo, avendo i gestori con dietro il Comune. Alla fine in gran parte delle stazioni in Ticino è successo così; a Bosco Gurin, Airolo, Cari...

Il comune è coinvolto nella gestione diretta degli impianti?

Nel consiglio di amministrazione degli Amici Del Nara non ci sono mai stati dei rappresentanti del comune, perché si è sempre voluto tener separate le due cose; a livello di comune c'era una "commissione Nara" che faceva un po' da tramite, anche se con il direttore Mandioni facevo direttamente io da tramite. Ma per i problemi un po' grossi che magari comportavano il fatto di dover andare in Consiglio Comunale si è costituita questa commissione Nara, che era rappresentata da cinque membri del Consiglio Comunale. In questo modo nella commissione si facevano passare un discorso sapendo di cosa si stesse parlando. Però si è sempre voluto tenere le due cose separate. Aveva fatto parte del consiglio di amministrazione Loris Beretta, che però non era politicamente implicato nel comune. Ai tempi del direttore Cattaneo invece c'erano diversi rappresentanti; c'ero io in qualità di rappresentante del comune di Leontica, il comune di Prugiasco, il patriziato di Leontica, il patriziato di Prugiasco... anche se alla fine era Cattaneo che decideva

perché era lui il proprietario! Però ha sempre cercato di coinvolgere un po' tutti. Il fatto di tener separati gli impianti dal comune è sempre stata la scelta ottimale, perché poi è ovvio che trovarsi con il piede in due scarpe non è evidente, perché da una parte il comune deve fare gli interessi del comune, e dall'altra la società deve fare quelli della società. Quindi è un po' per quello che si è sempre voluto tener separate le cose, c'è sempre stata una collaborazione ideale con Fabio Mandioni dal punto di vista operativo, ed anche con il presidente Bottini. Quando si è trattato di rinnovare le concessioni, era stato fatto un grande lavoro assieme.

Bisogna dire che c'è stata anche una certa fortuna perché i primi otto o dieci anni, anche se poi l'abbiamo pagata dopo, bene o male sono stati degli anni discreti. Specialmente i primi anni dopo l'acquisizione del comune. E questo è stato un bene anche perché ha generato un certo entusiasmo... non come questi ultimi tre anni, uno peggio dell'altro, che possono portare a chiedersi a chi è implicato "chi me lo fa fare". Invece dal 2004 fino al 2013 ci sono sì state anche lì delle stagioni un po' così, però c'è sempre stata una buona affluenza. Tant'è vero che si era arrivati a passare le 30000 presenze, quando il massimo mai registrato di circa 40000 era stato raggiunto sotto la gestione di Cattaneo e Lepori quando era stata sostituita la prima seggiovia a Leontica. Dal 2004 in poi ci sono stati anni discreti, con 25000, 30000 passaggi... anzi, un anno si raggiunsero addirittura i 35000 passaggi! Quindi il comune ha dato una certa spinta! Poi purtroppo gli ultimi quattro o cinque anni sono stati quelli che sono; un anno ha nevicato troppo e i costi legati alla preparazione sono stati alti, mentre gli ultimi le nevicate sono venute a mancare. È chiaro che lì il comune deve fare degli sforzi supplementari!

All'inizio è stata una cosa da "prendere o lasciare", era una novità e praticamente tutti erano d'accordo con l'acquisizione. Col passare del tempo e delle stagioni, con il continuo generarsi di debiti, qualcuno ha cominciato a mettere in dubbio il fatto di continuare a tenere aperto. D'altra parte, chiudere vuol dire tutta una serie di conseguenze; una perdita di valore degli stabili che ci sono, meno gente che gira... ci fu anche la storia sugli aiuti del cantone. Questa storia era già cominciata una quindicina di anni fa; praticamente a livello cantonale si era deciso di fare uno studio dove si diceva che se c'era una stazione che aveva una qualche possibilità di sopravvivere, quella era Airolo, quindi a livello cantonale si finanziò in modo particolare Airolo. Poi politicamente c'erano stati un po' di movimenti, ed alla fine si riuscì a far passare questi aiuti sui costi di manutenzione, soprattutto per il cantone di assicurare la sicurezza. E lì ben o male arrivarono sui 150000 franchi all'anno, contributo che viene ricevuto tutt'ora. Poi era stato fatto fare nella stagione 2015-2016, e facevo tra l'altro parte anche io del gruppo di lavoro che si era costituito, uno studio dove per la prima volta si erano determinate le ricadute degli impianti di risalita generate a livello cantonale. Da questo studio uscirono effettivamente dei dati interessanti! Si diceva infatti che per ogni franco investito in sussidio del cantone generava mi sembra dagli 8 ai 12 franchi sul territorio. C'è da dire che si è avuta un po' di sfortuna, perché quando si fece questo studio, ovvero l'inverno durante il quale andarono a cercare i dati degli impianti, i dati dell'ente turistico e a realizzare diverse interviste sul posto, fu un inverno con il numero di passaggi sotto la media. Dunque, malgrado il fatto che lo studio avesse dato un risultato interessante, quella stagione non fu eccezionalmente positiva. Questo studio aiutò a prolungare di ulteriori tre anni il contributo cantonale.

Secondo lei l'impatto economico generato dal Nara è ancora importante?

Penso che l'impatto del Nara sull'economia della valle non sia cambiato di molto. Poi è chiaro, non ci sono delle strutture di alloggio e quindi si tratta di turismo alla giornata; la gente arriva al mattino e ripartono alla sera. L'impatto più grande è dato secondo me dalle residenze secondarie. Queste rientravano pure in parte nello studio realizzato dal cantone, che aveva stabilito un po' tutte le ricadute con tutti i limiti che ci possono essere in una valutazione del genere. Dal 2008-2007 ci si era posti la domanda; nel 2004 si erano ritirati gli impianti, i primi tre o quattro anni erano andati mica male, però si sapeva che nel 2014 la concessione della seconda seggiovia sarebbe scaduta definitivamente, e nel 2016 quella della prima. Quindi ci si era chiesti: "cosa facciamo?". Se nel 2014 l'Ufficio Federale dei Trasporti avrebbe

ritenuto che per quest'impianto, vecchio di quarant'anni, non si poteva più rinnovare la concessione almeno di una sostituzione totale, quali erano le conseguenze? Lì si era fatto uno studio un po' generale, da dove scaturì tutta una serie di problemi legati alla pianificazione... si doveva continuare a tappezzare l'impianto per continuare a rinnovare le concessioni oppure rifare tutto.

Purtroppo, dopo la valanga del 1975 e con la creazione di queste zone naturalistiche e di altri problemi specialmente dal lato pianificatorio, abbiamo visto che per fare qualcosa di nuovo senza partire da Acquarossa anche se sarebbe l'ideale, bisognerebbe investire almeno una ventina di milioni. Ciò che è fuori discussione... ai tempi c'era la LIM, che aiutò nei finanziamenti. Inoltre, facendo un investimento del genere bisogna avere in seguito un'affluenza quattro o cinque volte maggiore a quella di oggi; questo creerebbe già dei problemi a livello dei parcheggi. Poi bisognerebbe chiaramente modificare tutto; la partenza si troverebbe a Cancorì, nella zona sotto il Pela Bar, dove già il Sig. Pedimina aveva già immaginato qualcosa poiché si trova fuori dalla zona valangaria. Poi da lì salire fino alla Bassa di Nara. Si parla di 20 milioni, senza il discorso relativo dell'innevamento artificiale, che è necessario anche se comincia già oggi ad essere problematico con le temperature sempre più alte. Ma dove c'è questo sistema si può anche iniziare la stagione a fine novembre, mentre dove non c'è bisogna aspettare che nevichi.

Le stazioni invernali svizzere stanno procedendo ad una fase di destagionalizzazione...

Il fatto di sviluppare l'estate è fondamentale secondo me adesso. Con la possibilità, e non ne vedo altre, del Mountain bike, probabilmente potrebbe essere quello che dia la spinta un po' a tutto, perché poi si sarebbe attivi tutto l'anno. Invece adesso gli impianti girano d'inverno quando c'è la neve e l'estate viene gestita in una qualche maniera. Come punto forte, sicuramente il fatto che è abbastanza comoda per chi risiede qui ma anche per chi viene dalla zona di Bellinzona. C'è un po' l'handicap della seconda seggiovia che è un po' lenta... i posteggi ormai sono quello che sono; d'altra parte, di grandi pianure non ne abbiamo! Si è sempre puntato sul target familiare, e trovo che non sia male. Il grosso handicap invece è la mancanza di posti di alloggio! Se non si può lavorare anche in settimana diventa tutto più difficile. Un certo vantaggio è dato dalla presenza delle residenze secondarie, che sono poi delle possibilità di alloggio in zona. Però vedo che anche lì non c'è più la presenza che c'era vent'anni fa... alcune anche nel periodo di Natale rimangono chiuse. Ci sono gli "aficionados" che ci sono sempre, ma diversi che non salgono più magari anche perché le nuove generazioni non utilizzano più queste residenze. E poi non c'è più il mercato che c'era venti o trent'anni fa! Però quello è sicuramente un atout, che bisognerebbe sfruttare; se non si riesce a lavorare bene con le persone che sono già su, è difficile attirare gente che viene da altrove!

Per quanto riguarda le residenze secondarie, quali sono le sue considerazioni riguardanti la Lex Weber?

La lex Weber ha dato sicuramente un bel colpo, anche se mi sembra che ci fosse una clausola che prevedesse la trasformazione dei vecchi rustici. La tassa di soggiorno invece c'è un po' dappertutto ormai. Il sistema dei letti è un po' così. D'altra parte, non è solo in Ticino che è così. Poi è evidente che a una persona girano le scatole. Ma le polemiche ci sono sempre state. Ho lavorato un po' anche per l'Ente Turistico, e già ai tempi era così. Poi si è trovata questa soluzione di comodo dei forfait. Il giusto sarebbe il sistema del blocchetto come negli alberghi, ma poi chi lo farebbe? È sempre stata una questione soggetta a discussione, e non si è mai arrivati a trovare una soluzione che accontentasse un po' tutti. Questa cosa crea una grande burocrazia, e ha creato dei casi che si sono protratti fino al Tribunale Federale. Secondo me bisognerebbe quasi, anche se chiaramente bisognerebbe cambiare totalmente la legge, trovare un'altra forma, anche se sarebbe un po' un'utopia; c'è già un'imposta sul valore immobiliare dello stabile, si dovrebbe aggiungere qualcosa a quest'imposta! Se non altro chi ha una grande villa pagherebbe un montante differente di chi ha una piccola casetta appena appena abitabile. Questo sistema oltretutto magari creerebbe meno burocrazia... ma sono anni che c'è questa tassa.

Io mi sono sempre chiesto se non si potesse trovare un'alternativa. È chiaro che bisogna cambiare completamente la legge, non basandosi più sul pernottamento che rimane corretto per quello che sono i campeggi e gli alberghi e per chi affitta, ma per il proprietario medesimo non è una gran cosa.

Cosa ne pensa invece delle terme di Acquarossa?

Il primo progetto delle Terme lo avevo seguito nel 1970 quando ero nel Consiglio Comunale. Dagli anni '80 sono invece stato in Municipio a Leontica, dopodiché sono stato via per un po' di tempo e al mio ritorno, nel 1996, quando entrai in carica come sindaco a Leontica, uscì il progetto di Mario Botta, che sembrava dovesse essere realizzato quasi subito, ma alla fine tutto restò così come sempre. In seguito, si è cercato di portare avanti anche se rimase tutto fermo per diversi anni. Il discorso era assai complesso; il proprietario era la Mabetex SA con il Sig. Pacolli, che era in contatto con l'Ente Turistico. L'ente a sua volta aveva un contatto un contatto coi comuni, perché gli stessi gli avevano finanziato un anticipo... si è arrivati ad inizio 2010 a mettere a posto questa situazione; prima si prese contatto con questi proprietari, anche perché c'era il diritto di compera che scadeva. E poi dopo il comune ha provveduto ad acquisire i terreni e i diritti sull'acqua.

I primi contatti con Schweitzer avvennero tra il 2006 e il 2007. Ad un certo punto pareva che si dovesse fare qualcosa di molto grande. Abbiamo dunque proceduto alla fase pianificatoria perché quello era un terreno agricolo, e lì eravamo riusciti nel 2015 a concludere questa fase senza avere dei ricorsi. Se lo avessimo fatto oggi, probabilmente non ce l'avremmo fatta, con la nuova legge pianificatoria che c'è adesso. Le premesse quindi c'erano; il terreno era pianificato e di trattava di una zona di 24000 metri quadrati edificabili ma a determinate condizioni, perché destinato alla realizzazione di infrastrutture turistiche. In più, c'era la pianificazione approvata. Sembrava che tutto potesse muoversi, ma quando si è trattato di arrivare coi finanziamenti per procedere alle fasi seguenti, si è fermato tutto. Ci sono stati altri contatti, ma non c'è stato nulla. Se non altro, adesso c'è il vantaggio che le premesse ci sono; il comune ha in mano il terreno e i diritti sull'acqua. Adesso mancherebbero "solo" i promotori e i rispettivi finanziatori per realizzare il progetto.

Per realizzare un centro termale ci vorrebbe anche un po' di fortuna, lo si è visto anche in altri progetti, dove si è riusciti a trovare il canale giusto e sono stati realizzati. Poi se deve proprio essere un centro termale non lo so... oggi ormai il problema è che, anche se la zona è bella ed è immersa nella natura e a pochi chilometri dall'autostrada e da AlpTransit, si è cominciato a ristrutturare ogni albergo con al suo interno la sua parte wellness, come ad esempio i centri a Locarno. Comincia quindi ad esserci una certa concorrenza. Magari con qualcosa di particolare si riuscirebbe a differenziarsi, perlomeno dal lato termale. Poi ci potrebbe essere anche qualche cosa d'altro, però è evidente anche se si costruisse una struttura alberghiera ci vorrebbe un'attrazione che faccia funzionare l'albergo, anche dopo l'effetto novità. È chiaro che questo sarebbe un grande aiuto anche alla stazione del Nara, ma in generale un po' per tutta la valle.

So che lei faceva parte dei promotori del ParcAdula...

Per quanto riguarda il ParcAdula, io sono entrato nel gruppo di lavoro non subito ma negli ultimi quattro o cinque anni prima della votazione. Ma sin dal momento in cui sono entrato, è stato qualcosa di difficile, perché si trattava di qualche cosa di nuovo che nessuno aveva mai fatto; è vero, c'è il Parco Nazionale dell'Engadina, ma era tutta un'altra cosa, perché è una riserva e basta. Si è quindi cambiata la legge per questi parchi nazionali. L'ordinanza presente era abbastanza restrittiva, e questo lo si era capito anche a livello federale, ed è per questo che ammisero diverse eccezioni.

All'inizio era tutto abbastanza vago, non era tutto evidente. E la gente ha cominciato a chiedersi il perché, come mai, cosa sarebbe cambiato... poi si è creata una vasta schiera di gente che credeva che non poteva più fare determinate cose. Nei Grigioni uno dei grossi problemi con il Parco era la caccia; nei Grigioni la caccia è sacra e quindi

si sono creati diversi problemi, specialmente nella Surselva. Ma con il Parco, in valle, non sarebbe cambiato nulla per la caccia, perché in pratica il problema del progetto era la zona nucleo, praticamente la zona della Greina. La Greina è già super protetta adesso; non si può già più fa nulla, è bandita federale da più di cento anni. Quindi non c'erano problemi. Ma poi gli oppositori hanno cominciato a mettersi in testa questa idea ed è stato impossibile farli desistere. Un altro grosso problema era legato alla riattazione dei rustici nella zona nucleo in Valle di Blenio; ma i rustici presenti in questa zona erano pressoché una decina, a dir tanto! Qualcosa sul Luzzona, qualcosina in Val Camadra... e invece il problema è stato generalizzato! Poi è chiaro che è facile far passare certi messaggi negativi. Poi come in qualsiasi cosa, il nuovo spaventa sempre; si diceva che quelli di Berna venissero qua a comandare, eccetera. Il colmo è che avremmo avuto dieci anni di tempo, in cui cominciare a fare qualcosa. E in questi dieci anni, buona parte del tempo lo si sarebbe speso per mettere in atto questo progetto, perché poi ci sarebbero state bisogno anche di strutture ricettive che avrebbero comportato l'intervento dell'iniziativa privata. E dopo dieci anni si sarebbe anche potuto chiudere l'esperienza del Parco, perché magari si era visto che non portava nulla. Ma se non altro avrebbe portato 5 milioni di contributi federali all'anno da spartire su tutto il Parco, ma diciamo che perlomeno un milione di franchi sarebbe stato per la Valle di Blenio, da utilizzare sul territorio.

C'erano stati anche degli sponsor privati che sarebbero stati disposti a finanziare, ma è chiaro che non si sono mai esposti prima delle votazioni per evitare una figuraccia in caso di bocciatura. Ormai è andata così... è stata un po' la vicenda della zona nucleo che ha compromesso il progetto, che alla fine riguardava solamente la zona della Greina. Nel Grigioni invece c'era effettivamente la problematica della caccia, poiché la zona nucleo toccava delle zone che non erano bandite di caccia; li si ha inoltre avuto la paura che con queste zone protette gli animali selvatici sarebbero arrivati nelle zone abitate...

Anche la Confederazione reputo che non abbia dato un gran contributo, anzi. È uscita anche la storia legata alla pianificazione, ma che toccava solamente la zona nucleo; invece si è cominciato a mettere tutto in discussione.

Sicuramente ci sono stati degli sbagli, ma il problema era il fatto che si trattava di un progetto nuovo, mai fatto da nessuno prima d'ora; naturalmente la gente voleva sapere subito, sin dall'inizio quando si era cominciato a parlare del ParcAdula, cosa sarebbe cambiato e cosa non poteva più fare in valle. Una persona una volta mi ha detto che la sua paura era che non potesse più scendere dal Piz Terri con gli sci. Gli dissi, ma quante persone scendono dal Terri con gli sci? Li possiamo contare su una mano! Guardiamo un po' la faccia alla realtà... anche perché d'inverno, se qualcuno scende con gli sci da lassù, anche se si trova in un Parco Nazionale non viene su nessuno a fermarti! Sono girate tante di quelle cose...

Sicuramente la parte emotiva, la questione della novità crea sempre della paura, perché si crede sempre che il nuovo cambiamento comporti qualcosa peggiore della situazione attuale. Chi aveva un commercio probabilmente hanno recepito il messaggio, mentre gli altri no... Chiaro, nelle votazioni si era cominciato a votare nei Grigioni e già si era intravisto il "no"... poi specialmente c'è stata la bocciatura di Olivone, dove dietro c'era stato tutto un movimento politico che c'è ancora oggi; chiaro, venendo a mancare Blenio sarebbe mancata una buona parte della zona nucleo, e se non si arrivava ad una certa dimensione di zona nucleo cadeva la possibilità di realizzare il progetto. A Serravalle era stata bocciata per poco, mentre a Blenio il "no" fu chiaro.

Il grande vantaggio della regione, ed è poi quel che si diceva anche per il ParcAdula, è quello di avere una porta di accesso che è l'autostrada Nord-Sud forse più grossa d'Europa, e quindi si è a pochi chilometri da quello, ma anche da tutto il traffico ferroviario. Abbiamo comunque ancora qui una situazione che non comprende l'autostrada e la ferrovia, la natura è bene o male ancora molto attrattiva soprattutto con le regioni del Lucomagno e della Greina. Quindi in Valle di Blenio il futuro può essere solo nel turismo; è impensabile pensare che possa arrivare qui una grossa fabbrica. Certo,

posso arrivare delle piccole aziende, gli artigiani ci saranno sempre, ma lo sviluppo può avvenire solo con il turismo. Ma per fare questo è chiaro che bisogna poter offrire qualche cosa. Per quanto riguarda la parte invernale, bene o male qualcosa c'è. Per la parte estiva, potrebbe esserci la via del Mountain bike, ma è chiaro che queste prendono piede un po' ovunque e quindi probabilmente chi prima arriva meglio alloggia!

Oggi una grande opportunità per la valle sembra essere il Mountain Bike...

La storia del Mountain bike non è nata proprio per caso ma quasi, circa cinque o sei anni fa. Ticino Turismo ha commissionato uno studio al grigionese Darco Cazin sulla possibilità della Mountain bike in tutto il cantone. Questo esperto ha girato un po' tutte le zone, ed ha fatto la presentazione di questo studio che era molto generico. Questo studio dimostrava come ci fossero delle belle zone tipo la Val Morobbia, il Luganese, la Capriasca, e poi la Valle di Blenio. Alla presentazione dello studio si era recato Riccardo Bozzini, che poi aveva riferito i risultati al comune, e si decise di convocare Cazin per approfondire il tema. Cazin spiegò il concetto secondo la sua esperienza, vista anche la realizzazione da parte sua del progetto Mountain bike della regione di Lenzerheide; ci disse che dopo quattro o cinque anni di Mountain bike, Lenzerheide raggiunse i 40000 passaggi all'anno! Poi è chiaro che sono altre realtà, anche perché ci sono innumerevoli possibilità di alloggio. Si organizzò anche una serata al cinema con Cazin, per spiegare meglio questo settore alla popolazione. È chiaro che quando si trattò di passare alla realizzazione, cominciarono un po' i problemi con i proprietari dei terreni. L'ideale sarebbero questi famosi float-rail, ovvero dei percorsi agibili per tutti, non è il downhill o gli enduro che implicano determinate conoscenze e capacità. Però questi percorsi determinano un intervento sul terreno, con le relative domande di costruzione... qui purtroppo la zona è bella ma è quasi totalmente bonificata, e non è evidente fare degli interventi del genere. Da una parte è anche comprensibile! Però una soluzione si può sempre trovare! Ultimamente si voleva fare un ulteriore studio... Praticamente adesso si è determinato dove si potrebbe passare toccando il meno possibile, ma poi si rischia di compromettere l'attrattività! Perché se devo scendere da un sentiero dove devo continuare a fare delle curve, quasi quasi non diventa più attrattivo...

Qui il concetto potrebbe essere attrattivo perché si hanno qui gli impianti. Infatti, il progetto comprendeva tutta la zona fino a Cancori. Poi a scendere da Cancori sinceramente la vedo dura per via di tutti quei vincoli. Adesso so che si attendeva appunto questa valutazione finale. Quindi secondo me se c'è una prospettiva, vista la configurazione del territorio e quello che abbiamo oggi, deve passare dal turismo, non ci sono altre vie di sviluppo.

La presentazione fatta per il Mountain bike era abbastanza generica; volutamente non siamo entrati nei dettagli perché poi la gente avrebbe subito cominciato a voler controllare se il percorso passasse dal proprio terreno o meno. È chiaro che non è sempre evidente cercare di far passare i discorsi. Quando ero 13 anni, quando si cominciò con il Nara, ci furono dei problemi sempre per via dei privati, ma a quel tempo c'erano meno leggi e meno prescrizioni. Oggi diventa sempre più difficile, già dal lato pianificatorio, dove tutto è diventato più complesso. Oggi probabilmente non si sarebbero più potute realizzare certe cose!

Se si dovesse realizzare qualcosa con le terme, probabilmente non ci sarebbero grossi problemi perché non si toccherebbero i problemi dei privati, anzi! Se invece si comincia a progettare qualcosa che tocchi le proprietà della gente come il Mountain bike si cominciano ad avere delle problematiche. Poi c'è chi ci vede l'opportunità, altri no; vuol dire che la gente sta bene così. La mia lettura del "no" al ParcAdula è sempre stata questa; si vede che la gente sta bene così. Non è un mio problema, sarà quello delle prossime generazioni, però se quella è l'idea, si vede che possa andar bene così. Peccato!

Cosa ne pensa di una potenziale unione tra Campo Blenio e il Nara?

Il rinforzo della collaborazione tra il Nara e Campo Blenio è un tema trattato già da anni. È una cosa che dipende molto anche dalle persone. Bisogna dire che una certa collaborazione c'è già ed è stata migliorata. Anche perché una delle condizioni dell'ultimo rinnovo del sussidio cantonale era proprio quella di incrementare la collaborazione tra le stazioni. Probabilmente si potrà ancora fare qualcosa in questo senso in certo campi. Poi ci sono dei limiti chiaramente, perché ormai ognuno ha la sua struttura. Ad esempio, a Campo Blenio non hanno il problema delle concessioni federali perché sono degli sci-lift. Mentre al Nara c'è il problema legato alle seggiovie. A Campo non c'è bisogno del Capo Esercizio allo stesso livello del Nara per poter rinnovare le varie concessioni federali. Tanto si fa già, ma non so se vogliono rilanciare lo skipass unico "Inverno in Tasca" ... la cosa era partita tardi, e il numero di sottoscrizioni da raggiungere era alto. Bisognerebbe andare anche in Italia a cercare la clientela! Facendo parte del Consiglio Direttivo dell'Ente Regionale per lo Sviluppo, ho seguito un po' lo sviluppo di questo progetto... se si arrivava all'obiettivo prefissato, le stazioni avrebbero ricevuto un certo montante fisso abbastanza consistente. Non so se fanno conto di riprovarci.

Negli anni '70 c'era già un abbonamento unico a livello di Valle di Blenio. Poi chiaramente facendo una cosa del genere si creano delle discussioni sulla ripartizione; è chiaro che con un abbonamento unico la maggior parte non andava a Campo Blenio, a meno che non sia una famiglia con bambini. Chiaro che se andava in porto l'iniziativa "Inverno in Tasca" non ci sarebbero più stati certi accordi come ad esempio quello che lega le stazioni sciistiche della valle a Disentis. Però appunto, una certa collaborazione fra Nara e Campo Blenio so che c'è; Mandioni e Vanbianchi hanno collaborato abbastanza bene. Penso che perlomeno al Nara, quando l'anno scorso ha lasciato l'incarico Mandioni, si è fatta una certa valutazione se non avere un direttore unico per le due stazioni... ma alla fine è andata a finire in niente. Vanbianchi a Campo Blenio fa anche altre attività. Magari si potrebbe approfondire una collaborazione più forte a livello di Marketing e della manutenzione... un certo accordo sui prezzi invece c'è già.

Il problema adesso al Nara è che non si riesce a finanziare un nuovo direttore. Si è avuta la fortuna di avere un personaggio come Fabio Mandioni in tutti questi anni. Chiaramente un investimento per potersi garantire un nuovo direttore non avrebbe un impatto diretto che porta un aumento della clientela; si ha magari delle migliorie sulla gestione. Attualmente la gestione è un po' complicata, avere qualcuno che riuscisse a seguire anche tutto quello che è il Marketing sarebbe meglio. Per trovare una persona che si assuma un compito del genere bisogna salire già a un certo livello. Poi c'è tutta la storia legata al Capo Esercizio. Avevano anche valutato la possibilità di avere un Capo Esercizio in comune con altre stazioni oltre a Campo Blenio che non ha il problema delle concessioni. Tra l'altro la questione diventa sempre più ristrettiva rispetto ad una volta.

Una riconversione come quella che è stata fatta al Tamaro o che è in programma a Cardada la vedo difficile, anche perché verrebbe creato un doppione. Chiaro che il vantaggio del Tamaro è di trovarsi proprio all'uscita dell'autostrada, e con il nuovo centro acquatico sta avendo molto successo. Per Cardada lo sci è sempre stato un optional, tant'è vero che in futuro non sarà più previsto. Però Cardada ha sempre avuto il vantaggio della prossimità di Locarno e dei campeggi come mi raccontava Piazzini, già direttore di Cardada ai tempi. È un po' come San Salvatore; il suo direttore mi diceva che li basta un'occhiata di sole per avere il pienone di persone in cima. E poi la vista è bellissima, un po' come al Tamaro. Oppure anche il Monte Generoso; adesso hanno questa nuova struttura, ma una volta c'era solo la cima; se c'era il sole era bellissimo, ma non c'era nient'altro! Questi luoghi possono ambire anche ad una clientela luganese e milanese... Una riconversione rischia di creare qualcosa che esiste già... il Sig. Cattaneo aveva un progetto in merito, con lo scivolo a Cancori.

ANNEXE XXII : Entretien avec Odis Barbara De Leoni, maire de Acquarossa

Qual è il rapporto del comune di Acquarossa con il turismo?

Il Comune di Acquarossa si dà veramente da fare per promuovere il turismo. Un esempio è quello che è il caso del Nara; quello che investiamo nel Nara ogni anno è davvero importante! Perché se chiudessimo il Nara, cosa faremmo? Immaginiamoci la Valle di Blenio senza il Nara, cosa resta? Sì, c'è Campo Blenio, ma cosa daremmo alla nostra popolazione come svago? Gli diremmo di andare a Locarno, Ascona o Lugano? No! Dobbiamo dargli un certo svago. E il Nara rappresenta un esempio di quello che facciamo per il turismo.

L'anno scorso per esempio abbiamo inaugurato un nuovo sentiero senza barriere adatto a tutte le persone, ma soprattutto ai disabili che adesso possono visitare diversi edifici storici eccezionali, possono passare dalla zona del Satro e dei grotti che è una zona molto interessante dal profilo sia naturalistico che architettonico; ci sono molti muri in sassi e degli archi che sono qualcosa di davvero spettacolare! Tra l'altro abbiamo la licenza edilizia per poter fare i vari lavori di restauro, che però comporterebbero più di un milione di franchi d'investimento, e al momento il Comune ha delle priorità più importanti su cui investire.

Investiamo anche sempre, per esempio, per il Giro Media Blenio mettendo a disposizione un bel contributo; anche se si tratta di un pubblico di giornata, ne vale davvero la pena! Cerchiamo davvero di investire tantissimo. Un altro esempio, anche se non direttamente legato al turismo, stiamo costruendo a Dongio i nuovi spogliatoi per quello che può diventare un centro sportivo per tutta la Valle di Blenio; c'è il campo di calcio, ci sono le piste di atletica, ci sono i campi di Beach Volley... quindi anche lì si ha un certo turismo! Stiamo inoltre vedendo se sia possibile realizzare dei circuiti di allenamento lunghi uno o due chilometri per i ciclisti, poiché non c'è nulla del genere in Ticino. Partecipiamo inoltre sempre nelle varie manifestazioni, dando sempre dei bei contributi.

Reputo che il Comune di Acquarossa faccia tanto, soprattutto per il Nara, che tra l'altro genera tutta una serie di altri elementi oltre all'aspetto sciistico. In più Acquarossa possiede il terreno per costruire un centro turistico alberghiero. Anche in questo aspetto si è speso tanto, ovvero circa 2,4 milioni di franchi, per acquisire questo terreno e per poter pianificarlo; siamo l'unico comune in tutto il cantone a disporre di 25000 metri quadrati edificabili a scopo turistico. Quindi il comune cerca di investire, anche perché Acquarossa secondo me è il centro di tutta la valle e può diventare veramente un volano per la Valle di Blenio, perché potrebbe contribuire a far sviluppare tutto il resto.

Le autorità comunali cercano di coinvolgere attivamente i privati nel turismo?

Come comune cerchiamo sempre di coinvolgere gli abitanti. Purtroppo però quando si tratta di spendere i soldi, come accade per esempio per il Nara, la popolazione sembra avere la percezione che sia il municipio a sfilare i soldi dalle loro tasche. Ma in sé se spendiamo 20 piuttosto che 40 per il Nara, non è che viene aumentato il moltiplicatore perché abbiamo realizzato una spesa a favore del Nara! Questa è un po' demagogia, perché la gente viene toccata sul piano dei soldi tutto diventa molto più delicato. Quando viene fatto un investimento da 10 milioni, sembra quasi che siano stati gli abitanti a spendere questa cifra! È un argomento che fa molto presa sulla gente.

Per quanto riguarda un nuovo centro turistico alberghiero, prossimamente ci saranno delle novità. E posso dirti che sono molto fiducioso al riguardo.

Secondo lei la valle è sufficientemente considerata dal cantone in termini finanziari?

A livello di fondi pubblici noi come Valle di Blenio siamo ben considerati. Tutte le volte che siamo andati a Bellinzona per effettuare una richiesta, hanno sempre risposto positivamente, mai una volta che si sono opposti! Però la gente non si rende conto di questa fortuna!

Oggi, praticamente le uniche offerte di alloggio sul fondo valle sono rappresentati dai Bed & Breakfast...

Oggi ci sono degli ottimi Bed & Breakfast, che funzionano molto bene. Tempo fa è stata qui ad esempio l'ambasciatrice del Paraguay ed ha soggiornato in una di queste strutture. Ha detto di essersi trovata meravigliosamente, anche se magari è abituata a certi standard!

Come reputa l'attuale situazione economica bleniese e, nello specifico, di Acquarossa?

La gente qui sta bene ugualmente. Noi in Valle di Blenio percepiamo il contributo di delocalizzazione geografica, che è giusto perché noi siamo svantaggiati; abbiamo una fitta rete stradale (98 chilometri asfaltati) che implica una certa manutenzione, siamo maggiormente sfavoriti rispetto ai centri. Beneficiamo inoltre della perequazione finanziaria, per fortuna che c'è, per fortuna che ci sono i comuni ricchi che pagano per i comuni più poveri. Ma di questo la gente non se ne rende conto; con il solo gettito fiscale, si riuscirebbe solamente a mandare i propri figli a scuola e a far alloggiare gli anziani presso il ricovero La Quercia. E non resterebbero soldi per altri investimenti! Ma il comune ha molti altri compiti da svolgere! Quindi grazie a questo milione e mezzo più gli 800000 franchi del contributo per la delocalizzazione si arriva a un montante di 2,3 milioni, che permette al comune di svolgere tutte le attività, altrimenti si farebbe la fame! Però la gente non sa queste cose; per fortuna ci sono questi due tipi di contributi, che sono giusti perché chiaramente abbiamo molte più spese rispetto ad un centro urbano! Basta vedere la raccolta dei rifiuti; Acquarossa deve passare da nove comuni e deve portare questi rifiuti fino a Giubiasco coprendo una distanza di ottanta chilometri totali, mentre Bellinzona si trova già nelle vicinanze dell'inceneritore, e nel raggio di dieci chilometri raccolgono tutto! A me piacerebbe che la Valle di Blenio stesse in piedi con le proprie gambe... non dico di diventare come Sankt Moritz, ma magari di diventare come Flims! Questo mi piacerebbe che accadesse...

Il Comune di Acquarossa sta bene economicamente perché c'è la solidarietà dei comuni più ricchi, con la perequazione finanziaria e il contributo per la delocalizzazione geografica. Si sta bene, però abbiamo il moltiplicatore al 95%, quando la media cantonale è di 80-82%... penso però che il comune riesca a far fronte a tutto quello che deve fare, e non deve rinunciare per esempio alla realizzazione di opere come i nuovi spogliatoi a Dongio; il comune può permetterselo, anche se siamo molto indebitati! Abbiamo un debito pro-capite molto alto; questo dato viene calcolato sugli investimenti fatti, ma abbiamo una situazione patrimoniale (che include il terreno per il centro turistico alberghiero) che diminuisce il debito pro-capite. Dipende un po' dai punti di vista. Ma come dicevo prima, per fortuna che c'è questa solidarietà degli altri comuni, altrimenti le uniche attività disponibili sarebbero la scuola per i bambini e la casa di riposo per gli anziani...

D'altronde non abbiamo industrie che pagano, anche se in fin dei conti è una fortuna se si vuole perché altrimenti avremmo magari una valle deturpata a livello di paesaggio. L'unico grosso datore di lavoro è l'ospedale e la casa di riposo. Abbiamo inoltre diverse imprese edili, anche se queste per poter garantirsi delle entrate sono spesso obbligate a realizzare dei lavori fuori dai confini bleniesi. La situazione economica non è facile; io sono fiducioso, perché se in futuro potrà svilupparsi questo nuovo centro turistico alberghiero, questo potrà fungere da volano per l'intera economia bleniese.

Non è normale che chi risiede Valle di Blenio non disponga di un posto dove possa comprare una nuova camicia! Se si vuole acquistare un paio di scarpe, se non si tratta di scarpe sportive reperibili presso il negozio SarciSport ad Olivone, bisogna scendere perlomeno sino a Biasca! Non si può comperare un fazzoletto; la realtà è questa! Per poter far la spesa o cambiare il guardaroba bisogna andare fino a Biasca o a Bellinzona! Perché non possiamo essere autosufficienti almeno per quello che concerne i beni principali? Sono però positivo per i prossimi dieci o quindici anni.

Com'è strutturata la gestione degli impianti del Nara?

Per quanto riguarda la gestione del Nara, il comune è proprietario delle strutture, e commissiona la loro gestione alla società anonima Amici del Nara. Purtroppo, non sempre le stagioni sono favorevoli, e il comune ogni tanto deve quindi metterci una pezza. Questo lo si fa anche volentieri, perché se un domani non si potesse costruire un centro turistico alberghiero il Nara verrebbe chiuso; chi alloggierebbe in questa struttura necessiterà di qualche svago, e il Nara rientra proprio in quest'ottica. È per questo che dobbiamo cercare di tenere aperto il Nara con tutte le forze possibili.

La gestione è organizzata così. In certi casi è anche difficoltosa perché ho sempre un certo timore che un giorno la società Amici del Nara verrà nel mio ufficio e mi consegnerà le "chiavi" del comprensorio sciistico. Cosa faremmo in quel momento? Questo è un anello molto delicato della catena. Abbiamo una convenzione, ma quel giorno che si troveranno in difficoltà e dovranno presentare i bilanci in pretura, che cosa faranno? Passeranno la patata bollente al comune, e a quel punto di soluzioni non ce ne sarebbero molte. Tanto più che nel regolamento organico non ci sono nemmeno le mansioni per poter gestire una struttura del genere, bisognerebbe quindi passare dal legislativo!

Quali sono le sue aspettative riguardanti il futuro del Nara?

Io spero che si possa continuare ad andare avanti. Con il Mountain bike in programma c'è la realizzazione di Flow-Trails, ovvero percorsi senza ostacoli come quelli realizzati a Lenzerheide, che prevedono un continuo sali e scendi. È stata fatta una riunione il 10 aprile scorso con i vari patriziati e i proprietari dei terreni coinvolti, ma secondo me non si arriverà a una soluzione perché si tratta di piste abbastanza invasive. Quindi se bisogna passare su un terreno recentemente bonificato, il problema risulta chiaro. Però anche in questo caso mi sembra che le persone siano contrarie per principio. Peccato perché questo poteva essere davvero un rilancio, che non avrebbe risolto tutti i problemi però una buona parte; se nei fine settimana si riuscisse a portare al Nara 50-100 persone che poi mangerebbero nel ristorante a Cancori, si riuscirebbe a garantire delle entrate sia per il ristorante che per la stazione. Ma parlando realisticamente non ci sono più possibilità. Sarebbe un po' come sciare; si sale con la seggiovia e si scende con la bicicletta, cambiando ogni volta il percorso. Il progetto prevede 24 chilometri di piste, ma un buon 12 chilometri passerebbe su terreni di proprietà privata. Si è pensato anche ad una soluzione che evitasse di passare sui prati dei privati, ma poi questi percorsi diventerebbero dei sentieri locali troppo difficoltosi e un bambino di cinque anni non potrebbe scendere da lì. Quindi probabilmente bisognerà abbandonare l'idea; peccato perché sono state profuse molte energie in questa iniziativa e poteva essere una cosa unica in Ticino e una delle poche di questo tipo a livello svizzero. Inoltre, rispetto a posti come Lenzerheide dove la stagione di Mountain bike comincia in maggio-giugno, qui al Nara si potrebbe cominciare l'attività già da marzo-aprile, poiché la neve se ne va prima.

L'unica soluzione era quella di compensare la "perdita" di un terreno di un privato dando allo stesso un altro terreno di pari dimensioni, poiché il comune possiede diversi metri quadrati di terreno. Ma togliere la disdetta ai terreni agricoli per darla a chi lascerebbe passare i percorsi sarebbe una sorta di ricatto, e politicamente non si può farlo! Stavamo quindi pensando di chiamare in causa i patriziati, le parrocchie ed altre entità che possiedono dei

terreni diventati col tempo dei boschi; magari con l'ufficio forestale si poteva valutare di riuscire a recuperare quei 30-40000 metri quadrati di terreno per ri uscire a effettuare questo “scambio”. Penso però che non si riuscirà a far nulla. Peccato, sarebbe stato un investimento da 1,5 milioni per questi percorsi.

Per quello che concerne l'esercizio in sé, è la società degli Amici del Nara che decide. Ma è chiaro che il comune viene consultato. Adesso per esempio incombe la stagione estiva, che necessita evidentemente di soldi. Quindi chiaramente la società ci coinvolgerà perché chiaramente siamo noi i finanziatori delle varie attività! Il comune viene spesso interpellato perché comunque le infrastrutture sono di nostra proprietà, quindi se capita un guasto o se si vuole proporre qualcosa di nuovo viene sempre chiesto se siamo d'accordo. Per esempio, per apportare delle migliorie al ristorante a Cancori... si cerca sempre di avere un buon rapporto con la società degli Amici del Nara, perché alla fine è nei nostri interessi. Come dico, la mia paura è che un giorno arrivino nel mio ufficio per consegnarmi le chiavi. E se quel giorno dovesse arrivare, sarebbe davvero un problema!

La riconversione dovrà gioco forza venir fatta per orientarsi maggiormente all'estate, perché ormai oggi le stagioni sono quello che sono. Per orientarsi sulla stagione estiva bisogna essere un po' innovativi; a questo proposito è stato fatto uno studio da degli esperti lucernesi su quello che si potrebbe fare per rendere attrattiva la stazione. Ci sono delle soluzioni ma necessitano sempre degli investimenti, quindi non è facile. Sicuramente con un centro turistico alberghiero ad Acquarossa, tutto diverrebbe più facile. Il concetto dei flot-rail era proprio legato al discorso della riconversione estiva, come pure i quattro sentieri per le mountain bike realizzati. In questa ottica c'è anche un sentiero facente parte del percorso 65 di Svizzera Mobile e passante sopra a Cancori e che porta a sopra Semione. Stiamo cercando di riconvertire la stazione; vengono anche fatte delle feste, viene organizzato l'evento “Ul gir di alp” ... tutti con l'obiettivo di portar su la gente e di far girare questa macchina. Probabilmente ci sarà in agosto la trasmissione di tre ore del programma radiofonico di Rete Uno “L'ora della terra”, magari abbinandola alla manifestazione Blenio Festival... qualcosa si sta facendo, però il discorso è sempre lo stesso; chi fa che cosa? Chi deve fare? È sempre e solo il comune, o sono magari delle associazioni che hanno un certo interesse... a volte mi chiedo se è possibile che, pur avendo gli alpi di Pian Laghett o quello di Piandios, non vengano creati dei punti di vendita dei prodotti caseari! In Pian Segn, nella zona del Lucomagno, un anno hanno realizzato una cifra d'affari pari a 129000 franchi! Con una cifra del genere si riesce a coprire tutte le spese del caso, beneficiando pure di un margine di beneficio, perché la produzione del formaggio non implica dei costi così importanti! Perché non si creano dei luoghi dove la gente può usufruire sia di una degustazione che dell'acquisto dei vari prodotti... non ci sono, ma sono tutte delle cose che si potrebbero fare!

È facile poi mettersi a criticare il comune... io impiego circa venti ore a settimana per effettuare il mio lavoro di sindaco tra sedute di municipio, compiti di rappresentanza e altro. Ma non siamo in Casa Comunale a poltrire! Nelle varie sedute di municipio abbiamo sempre dalle dieci alle venti trattande ogni volta, che necessitano di discussioni per essere risolte. L'ente pubblico non può occuparsi di tutto, non può sostituirsi al privato! La gente dovrebbe avere una certa ambizione, che sarebbe il miglior ingrediente per riuscire a promuovere la nostra valle. Quando c'è una persona che ha voglia di fare, le cose funzionano... il comune poi non si tira indietro; se c'è da dare un aiuto, lo fa! Se c'è da mettere a disposizione i pompieri per un evento in Piancastro o al Giro Media Blenio per i posteggi o qualsiasi altra cosa, lo facciamo! Ma principalmente bisogna avere chi “fa”, non è solamente il comune che deve “fare”. Il comune ha il compito esecutivo, mette in pratica i compiti principali. Ma non può sostituirsi all'economia!

Crede che bisognerebbe sensibilizzare “turisticamente” la popolazione sin dalle scuole elementari?

Personalmente ho già partecipato a delle lezioni coi bambini delle scuole elementari, è il bello di essere sindaco quando ci sono questi tipi di incontri! Trovo che nelle scuole si stanno facendo dei programmi di sensibilizzazione

interessanti, non proprio nell'ambito del comune ma per esempio sul tema dei rifiuti. In questi aspetti sono spesso i bambini a saper più cose degli adulti! Mi sembra che la scuola stia facendo un buon lavoro, anche se i genitori a volte delegano l'educazione dei propri figli alla scuola, quando invece l'educazione principale spetterebbe proprio a loro! Purtroppo questo si nota; abbiamo avuto recentemente dei problemi con una classe con quattro o cinque elementi davvero ingestibili che compromettevano il lavoro di tutti gli altri bambini. Abbiamo addirittura dovuto assegnare a questa classe dei docenti supplementari...

Vien da sé che se a scuola si insegna ai ragazzi l'importanza che ha il fatto di separare i rifiuti, poi una volta a casa i genitori danno un cattivo esempio definendo il riciclaggio come una cretinata, il risultato non può che essere negativo. Per quanto riguarda l'aspetto turistico, cosa può fare la scuola? Può aiutare i ragazzi a far conoscere tutte le peculiarità e bellezze della valle... ma da lì a riuscire a intraprendere il concetto della promozione ce ne vuole ancora. Bisogna sensibilizzare, e questo trovo che venga già fatto, trattando temi come lo sviluppo sostenibile di tutte le attività presenti in Valle di Blenio. E posso assicurare che aspetti come i rifiuti non sono "cretinate", perché casi di plastiche trovate in giro le questioni legate all'accendere fuochi all'aperto spesso ce le troviamo come questioni da trattare in comune!

Come reputa una potenziale unione fra le stazioni invernali bleniesi?

Il fatto di creare una maggiore unità di intenti tra il Nara, Campo Blenio e il nuovo Centro Nordico di Campra è certamente interessante, anzi bisogna collaborare! Dovrebbe già essere così... ad esempio nella OTR c'era un rappresentante delle varie stazioni invernali non solo della Valle di Blenio. Purtroppo c'è ancora molto campanilismo, ma presto o tardi bisognerà unire le forze, perché come in qualsiasi ambito lavorativo l'unione fa la forza e fa soprattutto funzionare al meglio le cose. Ma se si comincia a litigare uno con l'altro e a farsi concorrenza ad esempio fra Campo Blenio e al Nara, è finita! Secondo me bisognerà fare questo passo, anche se come ho detto dovrebbe già essere così. In alcuni casi si è comunque già dimostrata una certa apertura alla collaborazione; l'anno scorso era stata lanciata l'iniziativa "Inverno in Tasca", sarebbe stata una bella collaborazione, e soprattutto per il Nara avrebbe giovato molto. Bisogna quindi cercare delle sinergie in questo senso, non solo in Valle di Blenio bensì in tutto il Canton Ticino; l'unione fa la forza!

In generale, quale futuro ha il turismo in valle?

Posso dirti che sono molto fiducioso in merito ad una possibile realizzazione di una struttura turistica ad Acquarossa. Il vecchio progetto avrebbe potuto essere sotto certi punti di vista una buona iniziativa, anche se secondo il mio parere era di dimensioni troppo grandi; rischiava di diventare una cattedrale nel deserto! Credo che bisogna invece fare delle cose a misura di valle; molti dicevano che anche una cattedrale nel deserto sarebbe potuta servire, poiché i visitatori avrebbero trovato tutti i servizi nella stessa struttura senza doversi spostare. Ma io vorrei prima di tutto che la nostra valle resti bella; costruendo qualcosa di faraonico sicuramente questa bellezza verrebbe senz'altro compromessa.

Adesso ci sono vari progetti che ora invece possono ben inserirsi nel contesto di Comprovasco, sotto le scuole medie e le scuole elementari che rimangono elementi importanti. Ci sono inoltre vari nuclei abitativi e ville, quindi bisogna veramente fare un trait d'union tra le varie parti. Secondo me i progetti che ci sono ora vanno proprio in questa direzione. Qualcosa si sta muovendo, se ne saprà di più fra alcune settimane!

Io credo che nei prossimi dieci o quindici anni la nostra valle avrà un notevole richiamo; come dico non sarà magari la Sankt Moritz di turno, ma di sicuro la Flims del Canton Ticino! A volte mi dicono che sogni un po', ma tanto non costa più nulla farlo!

Le questioni che richiedono più tempo ed energie al comune riguardano quasi sempre la litigiosità che c'è tra la gente... varie storie di gelosie, che poi rimangono nel tempo. In generale siamo un comune che sta bene e abbiamo la fortuna di vivere in una valle veramente bella! Questo molte volte ce lo dimentichiamo...

Lo sviluppo sostenibile è necessario, e da questo lato il Comune di Acquarossa sta facendo molto; il concetto di biomassa, i pannelli fotovoltaici, una centralina a Scaradra, verrà messa una centralina fotovoltaica sullo stabile ex-Fehlmann e incentiviamo molto l'utilizzo di energie rinnovabili. Dal profilo ambientale ed energetico stiamo facendo davvero, è un bel comune e io ne sono molto fiero!

Rapport-Gratis.it

ANNEXE XXIII : Entretien avec Piero Martinoli, promoteur du projet « Observatoire de Gorda »**In che fase si trova il progetto dell'osservatorio di Gorda?**

Il progetto dell'Osservatorio è molto avanzato adesso. Diciamo che dovrebbe costituire l'Osservatorio probabilmente più importante del Ticino e anche un osservatorio importante a livello nazionale. L'Associazione Astrocalina conduce il progetto e in particolare il presidente Francesco Fumagalli, astronomo esperto; loro hanno veramente l'ambizione di fare di questo progetto, l'osservatorio migliore del cantone ma non solo, perché lo strumento che sarà installato a Gorda è uno strumento molto importante, e costituisce una parte importante del budget della costruzione. Gorda è stato scelto perché è un posto ideale per isolarsi dall'inquinamento luminoso; uno dei grossi problemi nell'osservazione astronomica al giorno d'oggi è l'inquinamento luminoso che impedisce di osservare il cielo nella sua bellezza per il semplice fatto che la luce prodotto dalle città e dai villaggi contamina l'osservazione e non è quindi possibile avere delle condizioni ideali. Gorda si trova a 1800 metri, su un pianoro, le luci restano nel fondo valle. Gorda ha anche un bel vantaggio rispetto ad altre situazioni, e cioè che è facilmente accessibile, anche con dei veicoli semplici. Io in generale sono piuttosto contrario a questa continua apertura di strade in montagna perché non è una buona cosa. Però per un osservatorio è importante avere anche un accesso per trasportare materiale e altre cose direttamente legate all'osservatorio. Questa diciamo è la ragione scientifica principale.

In che cosa consiste esattamente questo progetto?

Il progetto in sé consiste di due componenti principali; una è l'edificio per ospitare gli strumenti, con cupola apribile eccetera, e per il quale abbiamo ricevuto il permesso di costruzione da parte del Comune di Blenio, il Patriziato è stato coinvolto ed è pure d'accordo, quindi non credo che da quel lato lì ci siano dei problemi. Questo per la costruzione. Poi evidentemente ci sono gli apparecchi, e c'è questo telescopio molto importante che è una parte molto notevole del budget del progetto. Perché la costruzione dell'edificio costa circa 500000 franchi, è come una casetta. Si tratta di un edificio che non ospita solamente il telescopio principale, ma può permettere ad altri che hanno piccoli telescopi come per esempio il mio, quindi altre persone che fossero in possesso degli strumenti potrebbero portarli appunto in questo edificio e fare le loro osservazioni indipendentemente dal telescopio più importante. Come ho detto, 500000 franchi sarebbero per la costruzione dell'edificio, e circa 800000 franchi sono per il telescopio. Per il telescopio principale è stato deciso, anche se io non ero ancora membro dell'associazione mentre oggi sono membro onorario, di fare un passo importante e fare qualcosa di un po' più ambizioso, e quindi avere questo strumento che portasse veramente al territorio del cantone qualche cosa di più, e anche a livello nazionale sarebbe rispettabile. Questo dal punto di vista dell'osservatorio in sé.

Io penso sempre che sarà uno strumento che contribuirà certi tipi di ricerca; chiaro, non stiamo cercando le onde gravitazionali, per carità, però una ricerca interessante sarà possibile con questo strumento che è importante. Sarà messo in rete con altri osservatori e quindi io credo che dal punto di vista puramente scientifico si potrà svolgere qualche ricerca interessante, anche perché questi signori dell'Associazione Astrocalina hanno già una certa esperienza nella pubblicazione di articoli in riviste specializzate.

C'è anche però un aspetto che io ritengo molto importante; è quello di attirare dei giovani dei licei, delle SUP e delle università che si interessano all'astronomia. Poterli quindi formare come astronomi proprio. Poi se un domani vorranno fare gli astronomi, non lo so, ma comunque si sa che è lì dove si fanno nascere le passioni dei giovani! È quando ci si trova nell'età tra le medie e la maturità più o meno, in quella fascia d'età che nascono le vocazioni, quindi vedo questo osservatorio anche come uno strumento per la formazione molto importante.

A quanto ammonta l'investimento totale?

Come ho detto, il tutto è di 1300000 franchi più o meno. Sappiamo che attraverso l'Ente Regionale per lo Sviluppo, con il quale abbiamo avuto diverse sedute, siamo riusciti a convincerli a presentare il progetto alle commissioni che ci sono a Bellinzona per lo sviluppo del territorio. Abbiamo quindi ricevuto una lettera dal Consiglio di Stato nella quale si dice che, facendo passare un messaggio per il Gran Consiglio, sono disposti finanziare il progetto fino alla metà dell'importo. D'altra parte, ci sono delle fondazioni, come la fondazione Berghilfe che si interessa per lo sviluppo delle zone montane e che ci ha assicurato un appoggio. Ho trovato una signora molto generosa di Lugano, che è disposta a dare dai 50 ai 100000 franchi... insomma, per farla breve, ci mancano circa 200-300000 franchi. Siamo più o meno in dirittura d'arrivo. Io faccio un po' da sfondatore di porte presso delle persone che conosco perché nei dieci anni in cui sono stato a Lugano ho avuto la possibilità anche di attirare dei soldi per l'Università, da privati, da associazioni eccetera, e quindi ho dei canali nei quali mi posso inserire. Da questo lato mi sembra che stiamo andando abbastanza bene anche se ci sono ancora un paio di passi da fare presso una o due fondazioni. Lì bisogna sempre lavorare in una maniera un po' particolare, dicendo "guardate che questi hanno dato, allora voi..." e magari per fare bella figura... quindi c'è tutta un po' una tattica da utilizzare. Ma penso che dovremmo riuscire ad ottenere l'appoggio di queste fondazioni. Siamo praticamente in dirittura d'arrivo! Se tutto andasse bene, dovremmo poter cominciare i lavori durante la bella stagione che verrà e poter terminare la costruzione, se tutto bene, entro la fine dell'anno perché non è una grande costruzione.

È chiaro che c'è una condizione da parte del Cantone, e cioè che se il Cantone dovrebbe essere stimolato fino al 50% della cosa, da quel momento ci obbligherebbe a fare i concorsi pubblici e tutte queste cose, quindi una perdita di tempo. Se invece restiamo sotto perché riusciamo a raccogliere più soldi dai privati, avremo mano libera per poter poterci lanciare un po' di più e quindi guadagnare del tempo. Adesso vediamo.

C'è una cosa importante, che era stata molto voluta dall'Ente Regionale per lo Sviluppo, che era quella di poter inserire questo progetto in un contesto locale, regionale diciamo così, che ne giustificasse la realizzazione da un punto di vista economico e turistico. Lì abbiamo potuto contattare tutta una serie di associazioni, prima fra tutte la Pro Natura su al Lucomagno, poi il Comune di Blenio. Tra l'altro, tra parentesi, il Comune di Blenio ha dato 100000 franchi! Non voglio dimenticare quello, è stato il primo. Anche gli altri comuni hanno dato, ma molto meno; Acquarossa e Serravalle hanno dato circa un decimo ciascuno di quello che ha dato Blenio, però hanno dato qualcosa. Blenio è stato generoso. Quando c'è stata la questione del ParcAdula, io avevo sostenuto questa idea, anche perché ci vado spesso su queste montagne e quindi mi sarebbe piaciuto. Mentre Blenio era decisamente schierato contro. Avevo avuto, ad un dibattito su ad Olivone, un battibecco con la sindaca, la signora Boschetti Straub. Una cosa del tutto cortese, ma comunque con idee diverse. Poi la cosa non si è realizzata, però ho trovato nella signora Boschetti una sostenitrice convinta di questo progetto; se noi abbiamo questi 100000 franchi dal Comune di Blenio, li abbiamo ottenuti grazie alla sindaca, che è stata veramente molto aperta e molto supportiva del progetto. Quindi lì andiamo bene.

Come ho detto, evidentemente gli altri comuni hanno le loro storie. So che Acquarossa è già impegnatissimo col Nara... devono fare un po' attenzione. Posso benissimo capirlo. Comunque, il gesto è stato fatto anche da loro. Quindi dal punto di vista degli enti pubblici, abbiamo un bel sostegno; il Cantone è disposto ad arrivare fino al 50%, qua i comuni ci hanno dato dei soldi eccetera, abbiamo trovato il supporto della Berghilfe che può arrivare fino a 200000 franchi, una grossa fondazione. E anche lì quelli della Berghilfe, come quelli dell'ente Regionale per lo Sviluppo, hanno voluto capire come si inserisse il progetto. Allora abbiamo domandato a Pro Natura, abbiamo domandato al Comune di Blenio, all'Associazione per le Scienze della Vita...

C'è una cosa che ritengo molto importante; a Gorda c'è una capanna. Però questa capanna è per noi una cosa molto importante, perché avere un osservatorio senza poter dormire la notte... le osservazioni si fanno di notte! E poi la gente magari alle tre di notte vorrà andare a dormire, o anche dormire di giorno se caso. E vuol mangiar qualcosa anche. Quindi bisogna avere un posto lì vicino, e non sempre andare con la macchina per ritornare su il giorno dopo o a piedi come faccio io. Io vado sempre su a piedi, anche per poi salire al Nido d'Aquila, sulla Punta di Larescia! Per questo abbiamo quindi avuto un colloquio, e l'Ente Regionale per lo Sviluppo spingeva per vedere se si potesse sviluppare un po' meglio il luogo e questa capanna. E lì, con Alessio Rigozzi che è il gran patron del patriziato di Aquila, abbiamo avuto un incontro, e loro sono pure disposti a fare una domanda per poter sviluppare un po', mettere un po' più in età la capanna. Perché la capanna adesso, ha sì dei piccoli dormitori, una cucina, però è ancora un pochettino primitiva. Bisognerebbe rimetterla un po' in stato. Credo che ci vorrebbero anche lì tra i 100 e i 500000 franchi per metterla bene in ordine. E si sono mossi anche loro; sono venuti assieme a noi ad una seduta con l'Ente Regionale per lo Sviluppo per coordinare il tutto. Quindi il nostro progetto è indipendente dai loro, però io ritengo che se vogliamo andare bene con il progetto astronomico, dobbiamo avere qualche cosa vicino. Perché se vengono dei turisti, devono poter avere qualche cosa per alloggiare. Quindi questo è anche dentro all'idea di sviluppo.

Abbiamo ricevuto delle lettere di supporto un po' da tutte le organizzazioni che esistono, soprattutto nell'Alta Valle, che sono in questo comparto che gira attorno al Centro Nordico di Campra per esempio, pure loro favorevoli; io e mio fratello gli abbiamo dato un colpo di mano per tirar su soldi per questo centro, e una parte l'abbiamo trovata, la gente è molto generosa! Grazie tra gli altri sempre a questa signora di Lugano, che credo si sia innamorata della Val di Blenio! Credo che meriterebbe un monumento, e forse lo faranno anche a Campra, perché ha dato dei soldi anche lì, e come dico è anche disposta adesso a sostenere l'osservatorio. Mi ricordo che, con il Sig. Guglielmetti, è stato un po' una cosa da "io ti do, tu mi dai"; noi abbiamo sostenuto Campra, e lui d'altra parte ha fatto fare una lettera dal Comune di Blenio per sostenerci, e ci hanno dato 100000 franchi. Anche Campra, che è gestita da una società anonima, ha deciso di supportare l'osservatorio.

Io credo che bisogna lavorare molto vicini gli uni agli altri, aiutarsi a vicenda. Perché se vogliamo sviluppare la valle e certe regioni come questa, che sono molto belle ma sono discoste... c'è sempre in ballo la questione della strada del Lucomagno che sta tanto a cuore al Sig. Mannhart, che si possa arrivare su eccetera. L'unione fa la forza; dobbiamo aiutarci l'un l'altro.

Che tipo di visitatori potrà attrarre questa struttura?

Io penso che l'osservatorio sarà una cosa nuova, e dovrebbe attrarre dei turisti interessati a queste cose qua; non un turismo squaiato ma un turismo tranquillo, gente che vuole godere della montagna ma anche da un punto di vista culturale... sostenibile, perché questo progetto è ultra-sostenibile! Perché diciamo che sarebbe ancora meglio se un giorno venisse una piccola funivia o qualcosa che eliminasse il traffico per salire e scendere. Io ho cercato sempre di dar l'esempio andando su a piedi. Sono stato su una volta sola con l'automobile, poiché dovevo portar su il mio telescopio che pesa più di un lancia-mine... dovevo portarlo su, ma era il mese di novembre e aveva già nevicato 10-30 centimetri, per cui sono salito con un 4 x 4 altrimenti non ce la facevo! Ma altrimenti, io ci vado molto volentieri a piedi, per fare una passeggiata! Il monte di Gorda si è sviluppato bene; ci sono molte cascine che sono state riconosciute, che sono state messe in ordine... è un gran bel posto! Poi da lì si possono effettuare delle bellissime passeggiate; si può andare al Molare, al passo Bareta, a Pian Dios... da lì si può andare al Nara... è veramente un posto fantastico!

Potrebbe incentivare quindi un turismo scientifico ma non solo; io penso che, ben conoscendo gli svizzeri tedeschi che sono innamorati della natura... basta vedere i verdi, che a nord del Gottardo vanno avanti mentre qui in Ticino

marciano sul posto perché gli svizzeri tedeschi hanno una sensibilità più forte per queste cose. Penso che loro vengono più volentieri per marciare e dormire in un posto... per quello che la capanna è importante, e sarà pure importante il Centro Pro Natura sul Lucomagno per gli alloggi o il Centro di Campra, dove ci saranno ugualmente diversi posti per dormire... e poi, anche per poter andare a passare una serata lassù all'osservatorio anche solo per vedere la gente che lavora e magari fare ugualmente una qualche osservazione di qualche cometa, stella o galassia...

Come mai è entrato nel gruppo dei promotori del progetto?

Io ci sono entrato per caso in questa cosa. Ho passato una vita intera come ricercatore, sono un fisico, e mi sono occupato di ricerche in tutt'altro campo; ricerche che hanno avuto un certo successo, perché per esempio quando è stato dato il Premio Nobel nel 2016 a tre fisici americani e inglesi, nella Laudatio dell'accademia del Premio Nobel sono citate due pubblicazioni del nostro gruppo che dirigeva ai tempi all'Università di Neuchâtel. Ma in un campo completamente diverso, che non ha niente a che vedere con l'astronomia. Quando sono arrivato a Lugano ero già andato in pensione da Neuchâtel, avevo 65 anni. Mi hanno nominato presidente a Lugano. Lì non veniva trattata la fisica, laboratori non ce n'erano... per cui mi sono detto che prima di tutto dovevo guidare l'università che mi avrebbe portato via il 120% del tempo, e per l'altra cosa volevo vedere cosa mi potesse interessare. E quello che mi mancava da quando avevo fatto gli studi, è che dagli anni dal '60 al '64, quando ho studiato al Politecnico, erano anni in cui nessuno parlava quasi di astronomia, astrofisica eccetera. Certe grandi scoperte che sono state fatte sono avvenute dopo addirittura! Mi sono detto che mi mancava qualcosa; tutta questa parte dell'astrofisica, della cosmologia mi mancavano. E così il sabato al pomeriggio tra le cinque e le sette o la domenica non ho fatto altro che studiare queste cose. Ho dato poi un paio di conferenze su questi argomenti, e questi dell'associazione mi hanno proposto di unirsi a loro per lanciare questo progetto; alla fine, una cosa tira l'altra. E così è andata. Perché come dico io, non sono mai entrato nel campo dell'astronomia, ma adesso mi interessa anche perché so qualcosa in più di prima! Questa è un po' la storia

E come dico, io ritengo che sia un progetto veramente importante per lo sviluppo dell'Alta Valle soprattutto. L'Alta Valle di Blenio è il posto più bello anche della valle, poiché si apre partendo da Acquarossa; Olivone è una conca meravigliosa... quindi se si può sviluppare qualcosa! Ritengo poi che quelli di Serravalle possano fare altre cose; hanno una valle meravigliosa che è la Val Malvaglia; se facessero un po' più attenzione, l'avrebbero potuta sviluppare meglio! Perché ne han fatto di porcherie in quella valle! Avevano i soldi per sviluppare, Berna glieli avrebbe dati per rinnovare completamente l'Alpe di Quarnéi, che è un alpe meraviglioso, una conca... quando si va su al Passo dei Laghetti Cadàbi, e si guarda giù, si vede questa conca tutta verde perché c'è tanta acqua! Un posto meraviglioso. Invece hanno attaccato brighe tra famiglie, patrizi, politici... non hanno ricevuto i soldi! Peccato! E in certi siti devo dire che per esempio prima di arrivare a Quarnéi c'è l'Alpe di Pozzo, venendo in dentro da Dandrio. L'Alpe di Pozzo faceva schifo; plastiche, rifiuti, rottami... mi ha fatto male! È bella la Val Malvaglia!

L'osservatorio di Gorda sarà in grado di generare degli impatti economici per l'insieme della Valle?

Se viene questo turismo scientifico, l'osservatorio può contribuire a un aumento delle entrate degli altri servizi, come ad esempio il Caseificio ad Olivone. Non dico che si faranno fortune incredibili, ma potrà incentivare un po' il tessuto economico locale. Soprattutto quelli che lavorano nel campo agricolo, che possono vendere dei prodotti che fanno sugli alpi... questa è una cosa importante! Olivone ha perso degli hotel; il San Martino è chiuso, la Posta anche... adesso sono coinvolto anche in questo progetto con la Fondazione della Quercia si cerca di rimettere in moto questa macchina perché il Sig. Genucchi non ce la faceva più... andrebbe rinnovato, andrebbero fatte delle cose; non è mica un hotel cinque stelle che si vuol fare, però un minimo di attrezzatura alberghiera ci vuole. Io penso che qualcosina riusciremo a fare! Magari con la spinta dell'osservatorio potrebbero arrivare... e poi non c'è solo l'osservatorio, ma

anche il Lucomagno con il Centro Pro Natura dove si possono fare delle gite meravigliose, c'è anche Campra adesso, che non è un centro sconosciuto perché insomma con lo sci nordico è un posto dove si sono fatti i campionati svizzeri, diverse cose... tutto questo conglomerato con varie attività dovrebbe effettivamente portare qualche cosa! Io lo spero molto comunque... poi, se non si tenta qualche cosa...!

Dopo c'è sempre l'eterna questione delle Terme di Acquarossa. Però lì sono praticamente affogati tutti i progetti. Anche l'ultimo che erano un progetto da 100 milioni... mah, io penso che dobbiamo stare di più a un turismo più a livello d'uomo, non fatto per la high society e il jet e queste cose qui. Non è che io voglia frenare, so che Mannahrt è un grande supporter del progetto delle terme. A ben ragione, poiché lui si è molto battuto e ha fatto tanto come direttore dell'ente... però non lo vedo come progetto, perché è un progetto troppo megalomane secondo me, troppo grande.

Poi c'erano stati i progetti di una volta, come ad esempio Dötra. Ultimamente avevano fatto, per una trasmissione sulla storia del Ticino, una puntata sulla Valle di Blenio e i suoi progetti degli anni Settanta. Hanno intervistato anche mio papà, l'avvocato Bolla, e si parlava di questo comprensorio a Dötra, e mio papà aveva detto: "Sì, però... è volto a sud, la neve non tiene..." Quindi c'era già qualcuno in quegli anni che prevedeva un cambiamento del clima! Vediamo solamente il Nara le difficoltà che ha oggi! Perché è una zona meravigliosa, ma troppo bassa! Il passo è sui 2000 metri, è bello perché c'è il sole, ma non c'è neve! Questo riscaldamento climatico lo si vede perché quando io ero bambino, davanti a casa nostra qui vicino all'ospedale, a Natale abbiamo sempre sciato, in media c'erano 60-70 centimetri di neve! Andavamo fuori nei prati dell'ospedale e facevamo le nostre discese! Adesso... non se ne parla più! Penso che lì ci sia poco da fare. Quindi bisogna trovare delle altre attività. Vediamo se questo progetto dell'osservatorio funziona!

Quali sono i punti forti del progetto da lei promosso?

Il punto forte più importante dell'osservatorio è il fatto di trovarci in una situazione che dal punto di vista dello scopo di questo progetto, siamo in una regione protetta dall'inquinamento luminoso. Questo è fondamentale diciamo. Un altro punto forte è che lo strumento che verrà installato, è un bestione perché ha 60 centimetri di specchio! Si tratterà quindi di un osservatorio dotato di uno strumento nettamente superiore a quanto esiste attualmente in Ticino, ed anche a livello nazionale sarebbe qualche cosa del tutto competitivo.

Tra parentesi, abbiamo ricevuto anche il supporto del direttore del telescopio Galileo delle Isole Canarie, in italiano, che ci ha scritto una lettera nella quale è molto supportivo di questo progetto! Quindi siamo abbastanza ben sostenuti. Un altro punto forte, è che ritengo che un osservatorio è un centro di attrazione. Lo vedo ad esempio con il Monte Lema; io sono pure membro della società del Lema Le Pleiadi, e lì hanno un osservatorio ben pensato, perché c'è l'osservatorio ma c'è anche la filovia che va da Miglieglia su al Lema, c'è un bel ristorante si può anche dormire. Quindi loro sono già ben organizzati. Però noi saremmo superiori a loro da un punto di vista osservazionale, poiché avremmo uno strumento nettamente superiore. Questi sono un po' i punti essenziali. Io penso che un altro punto forte non è solo il fatto di essere uno strumento utilizzato per la ricerca scientifica, ma è uno strumento che io ritengo molto importante per la formazione; io conto molto sui giovani che verranno su, delle classi intere per passare alcuni giorni a fare delle osservazioni notturne: invece di fare le osservazioni notturne in una discoteca, la faranno al telescopio e impareranno a qualche cosa! Si potranno fare delle attività nelle quali si potrà unire lo sport a qualche cosa di più didattico!

Un altro che è stato coinvolto in questa cosa, e che è sempre venuto con Francesco Fumagalli ed il sottoscritto alle riunioni con l'Ente Regionale per lo Sviluppo è il Sig. Gilbert Ratti di Malvaglia; si è molto impegnato, anche dal punto di vista politico. Io non sono un animale politico, ma lui è molto più impegnato coi partiti. Ha approfittato delle riunioni per presentare il progetto in varie occasioni.

Del passato ho un solo, grande rincrescimento; si è archiviato troppo alla svelta la ferrovia. È vero, a quei tempi serviva soprattutto alla Cima Norma, quindi se andava male una andava male anche l'altra. Però penso che se oggi l'avessimo ancora, probabilmente l'avremmo già prolungata oltre, e sarebbe stato un trenino d'attrazione; son sicuro! Perché ci sono delle belle cose da vedere, in Val Camadra, la Val Scaradra, il Luzzzone... purtroppo, la cosa è finita. Anche la Cima Norma o le Terme sono stati degli elementi importanti; le Terme in casa nostra era una cosa molto conosciuta perché mio papà era medico e lavorava un po' come medico delle terme, perché lì veniva gente proprio per fare i fanghi eccetera. In generale, era un argomento del quale si parlava. Poi è andato a finire in niente... si è bisticciato, si son fatti dei progetti per allargare, una cosa e l'altra... fatto sta che non c'è nulla ancora adesso. Alla Cima Norma secondo me è stato fatto un errore di strategia; c'era mi sembra la Coop che voleva comperarla, per farne una cosa più moderna. Ma le due famiglie che erano un po' ai comandi, Antognini e Ferrazzini, non hanno voluto. La cosa è andata a finire. Io mi ricordo ancora, quando eravamo ragazzini, che la domenica sera ci trovavamo sul viale della stazione e i pullman pieni di gente che andavano a lavorare in Cima Norma erano pieni! Sia persone di qua ma anche tanti italiani eccetera... è stata una grave crisi per il comune di Torre, che pagava il 25% di imposte rispetto al resto del cantone. Dopo la cosa è cambiata! È stato un dramma, una ferita davvero incredibile. Peccato perché tutte queste cose sono capitate un po' assieme; le Terme, la ferrovia, la Cima Norma... poi riprendere non è così semplice!

Tutto si è poi inceppato da lì in avanti, perché poi non possiamo dire di essere stati particolarmente uniti per realizzare qualche cosa; ognuno guarda un po' per sé. Lo si è visto anche un po' con la questione del ParcAdula. Ormai la cosa è stata messa via... non so se avrebbe portato veramente tutto quello che dicevano i promotori, però c'erano i soldi per far qualcosa! C'erano li 5 milioni della Confederazione e... sono andati, non ci sono più! Magari si sarebbe potuto realizzare qualcosa, dipendeva molto dall'iniziativa personale. L'osservatorio sarebbe andato bene con il Parco, io penso che se c'era il ParcAdula si poteva dire che l'osservazione apparteneva anche l'osservatorio, perché si sarebbe trovato nel comprensorio fuori dal nucleo. Sarebbe stata una cosa da offrire all'interno. Però io sono contento che il Comune di Blenio, malgrado tutto, è stato estremamente generoso nel sostenere questa iniziativa. Penso che loro, adesso per quali ragioni non so esattamente, ragionino molto in termini di promuovere il loro comune e il loro comprensorio. Lo voglio fare loro; non vogliono che Berna intervenga con delle regole... devo dire che all'inizio io ero nel comitato della commissione scientifica del ParcAdula insieme al Sig. Rigozzi, direttore del Liceo di Lugano 2 a quei tempi e inseguito direttore della Biblioteca Cantonale, e c'eravamo impegnati perché all'interno della commissione c'era gente di Pro Natura ma non come il Sig. Bernasconi che è una brava persona, molto moderata... c'erano dentro alcuni svizzeri tedeschi che volevano che venissero soppressi degli alberi per far spazio alle mucche... è stata una battaglia, e queste cose sono anche trapelate fuori dalla commissione, per cui dopo la popolazione si è un po' irrigidita, e posso anche capirlo. Cacciatori eccetera si sono chiesti se potessero ancora far qualcosa. Comunque, devo dire che sono molto riconoscente al Comune di Blenio per aver reagito bene a questo progetto; penso che rientri un po' nei loro obiettivi di sviluppo armonico del loro comune. Centri come Campra o al Lucomagno, sono cose che sono a livello di un comune che non è New York, tanto per dirlo così.

Secondo lei, qual è il tipo di turismo ideale per la Valle di Blenio?

Io spero molto in un turismo sostenibile, rispettoso dell'ambiente, ma che sia un turismo che abbia i mezzi poi per rinverdire l'economia di questo territorio in fin dei conti. È stato veramente importante il discorso che abbiamo dovuto fare con l'Ente Regionale per lo Sviluppo. Perché l'ente ci ha detto che dovevamo legare l'osservatorio con le altre infrastrutture. Ci siamo dati da fare per avere questi contatti, e il supporto dichiarato a questa iniziativa, perché conviene anche a loro. Si vede che possiamo fare perfettamente rete con tutta questa gente.

Chi si occuperà della gestione della struttura?

L'osservatorio sarà gestito dall'Associazione Astrocalina, saranno i proprietari del centro e quindi sarà gestito secondo il regolamento dell'associazione. Però come dico, non c'è più un osservatorio che sia da solo; prima di tutto, sarà come si dice in tedesco selbtgesteuert. Gli astronomi, se fa bel tempo potranno da casa, tramite il computer, aprire il tetto e manovrare lo strumento in modo tale che vada ad osservare questo o quest'altro, quindi facendo delle campagne di osservazione. Al giorno d'oggi è inconcepibile che non sia messo pilotabile online. Al Monte Lema è già così. Quindi la parte di comando a distanza tramite appunto l'informatica, è tutta prevista nel progetto.

Per quanto concerne un possibile coinvolgimento del mondo accademico, per il momento non ci siamo ancora mossi verso le università. Però ci sono dei lavori che sono stati fatti dall'Associazione Astrocalina con degli istituti universitari, quindi penso che potremmo anche far questo. E abbiamo un interesse dell'Università della Svizzera Italiana per questo progetto. Per fortuna indipendente da me, perché io quando ho lasciato l'università, questa cosa era ancora un po' in di venire, quindi non se ne parlava. Quindi io sono fuori dalla cosa. Ma l'attuale rettore ha fatto scrivere una lettera molto dettagliata e supportiva per delle collaborazioni che potrebbero essere fatte tra questo osservatorio e l'università, che non ha l'astronomia fra le sue attività. Però c'è l'Istituto delle Scienze Computazionali, all'interno della facoltà delle Scienze Informatiche, ovvero quelle scienze che spaziano dalla fisica fino alla medicina alla biologia, ma che si fanno tutte con il computer, poiché sono tutte delle simulazioni numeriche.

Questa cosa l'ho fatta praticamente io dal niente, quando ero a Lugano, ed è quella con cui ho potuto trattare per tenere a Lugano il Centro Svizzero di Calcolo Scientifico del Politecnico, che si trova a Cornaredo ed è un centro mondialmente conosciuto. Il direttore, Thomas Schulthess, un mio caro amico, ha ricevuto il premio della fondazione Doron per riconoscimento di tutto quello che ha fatto in questo centro. Quindi dei progetti di astronomia osservazionale potranno essere combinati con dei progetti di simulazione numerica, fatte dall'Istituto di Scienze Computazionali, che già fanno questo con l'Istituto Ricerche Solari di Locarno Monti. Quindi sono già un po' integrati con questa cosa. Con i quali collaborano con l'Università di Zurigo... quindi la rete si formerà facilmente se avremo dei progetti interessanti da fare. Poi bisogna dire che il presidente è una persona molto dinamica per dirla così, è stato pure in Russia e conosce molti ambienti scientifici là, che conosco anche io perché ci ho lavorato parecchio con i russi ancora nei tempi dell'Unione Sovietica. Quindi abbiamo anche alcuni contatti al di fuori delle frontiere svizzere. Lui ha molti contatti con diversa gente, perché è proprio un astronomo, si occupa veramente di queste cose. Io come dico, l'astronomia è un hobby che ho scoperto dieci o dodici anni fa, perché nel pochissimo tempo libero mi sono fatto non so se cinquecento pagine di note, ho dovuto rivedermi certe nozioni matematiche che avevo completamente dimenticato, la topologia, eccetera... però insomma, mi sono fatto un po' di cultura anche in questo campo!

Non è stato preso un centro proprio di riferimento per l'Osservatorio di Gorda, è nato sulla base appunto dell'esperienza della gente di Astrocalina. Sono tutti astronomi dilettanti, però sono professori di liceo, fisici eccetera, un po' sparsi nel cantone e si sono coagulati in questa associazione. Un po' la stessa cosa dell'Associazione Le Pleiadi: il presidente di questa associazione è stato il mio primo dottorando a Zurigo, quando ero ancora al Politecnico, il Sig. Daldini, e abbiamo degli ottimi rapporti, per cui credo che anche con l'Associazione Le Pleiadi si potranno fare delle cose. Però ci siamo informati molto sui vari osservatori. Abbiamo appunto ricevuto una lettera dal Direttore di questo osservatorio alle Canarie, che ha scritto una bellissima lettera di supporto perché quella è una lettera di una persona competente, sa di cosa parla quando si trattano particolari strumenti eccetera. Nella lettera, elenca le varie possibilità che ci sono per il progetto.

In Valle di Blenio il sostegno è più improntato sull'aspetto economico per sviluppare il Comune di Blenio, l'Alta Valle eccetera. Mentre invece quello degli altri è anche un interesse di tipo scientifico.

ANNEXE XXIV : Entretien avec Tarcisio Cima,
ancien responsable de l'Office cantonal des régions de montagne

Un tema a lei caro è legato alle terme di Acquarossa...

Il progetto delle Terme di Acquarossa io personalmente l'ho seguito in pratica fin dal 1975, dopo la chiusura avvenuta nel 1971. Nel 1975 sono rientrato in Ticino dagli studi a Ginevra e sono subito stato impiegato dal Cantone nell'Ufficio Regioni di Montagna e lì, proprio in quegli anni, si sono affacciati i primi grossi progetti per il rilancio delle terme.

Il primo progetto era capitanato da investitori germanici e austriaci, che avevano come corrispondente in Ticino un gruppo di bleniesi formato da Leopoldo Pagani, Gianora e Fiorini. Sono passati ormai cinquant'anni. Mi ricordo che le cose sembravano promettenti, però nello spazio di pochi anni si è capito che non si sarebbe ripartiti. Secondo una mia analisi, probabilmente le terme non sono ripartite perché gli investitori non erano particolarmente convinti, oppure in quel momento non avevano trovato i fondi necessari. Questo è stato il primo scacco in pratica del progetto. Che probabilmente, assieme a me, ha deluso molti altri bleniesi che ci credevano. Soprattutto chi ha poi venduto i terreni, perché in questa operazione si era riuscito ad acquisire tutti i terreni nella zona di Comprovasco destinati alla costruzione delle terme. Fin dall'inizio erano tutti più o meno d'accordo che per rilanciare le terme non si potesse ripartire dalle vecchie terme ma occorresse uno spazio nuovo dove costruire più in grande. Proprio in quegli anni, dal 1975 al 1976, c'era il progetto della costruzione della scuola elementare, che era previsto più in basso vicino al fiume, e lì c'è stata l'iniziativa locale e cantonale per dire no a questo progetto, perché quel terreno bisognava lasciarlo disponibile per le terme. Tra l'altro, fu una scelta che probabilmente, indipendentemente da questo, si è rivelata giusta dal punto di vista pianificatorio.

Dopo questo progetto fallito, e scoraggiati i bleniesi che si erano implicati molto anche finanziariamente, ci sono stati due, tre o quattro altri progetti che si sono succeduti. Tutti più o meno con la stessa dinamica; arrivano questi investitori, sembrano entusiasti, fanno grandi promesse e ad un certo punto non partono e abbandonano. Il penultimo che mi sembrava potesse essere abbastanza maturo è stato quello del Sig. Pacolli, che era arrivato secondo me ad un punto abbastanza avanzato nella realizzazione. Però anche lui si è bloccato. Aveva ottenuto la concessione delle acque da parte del Sig. Greter e aveva acquisito i terreni la cui proprietà si era succeduta a diversi proprietari. Ma anche quel tentativo è naufragato come si sa.

In seguito, c'è stata la fase che ha visto questi due investitori, Schweitzer e Cook. Lì si è visto fin dall'inizio, almeno secondo una mia visione soggettiva, che anche loro forse come gli altri erano non degli investitori con dei soldi ma dei promotori che cercavano di creare un bel progetto per poi attirare gli investitori. Cosa che manifestamente non sono riusciti a fare.

L'ultimo passo che secondo me è stato molto opportuno è il fatto che il comune ha ritirato i terreni. Però oggettivamente siamo ai piedi della scala. So che il comune forse senza crederci tanto cerca ancora di avere dei contatti qua e là. La mia conclusione soggettiva è un po' brutale che ho pure lanciato sulla Voce di Blenio anche un po' per provocazione, a scopo terapeutico diciamo, è di dimenticare le terme e guardare a qualcosa d'altro di più attendibile. Questa è la mia posizione sulle terme.

Teoricamente le terme potrebbero sviluppare la regione. Però in pratica questa cosa non succede, a me non va più di star qua a dire che sarebbe un progetto, visto che non viene e sono cinquant'anni che non riusciamo a farlo partire. Forse, sulla base di questa riflessione, viene subito l'altra di riflessione: forse non ci sono tutte quelle premesse oggettive per la creazione di un centro termale ad Acquarossa! Abbiamo sempre detto per cinquant'anni che qui la

situazione è ideale, posto fantastico, il clima, l'ambiente, il soleggiamento... però non partono! Quindi vuol dire che forse non è così attrattivo. A parte forse che, secondo me, questi grandi se partono è per una congiunzione abbastanza casuale o fortuita di alcuni elementi, tra cui la presenza di un investitore serio e determinato. Non è mai arrivato, magari arriva domani. Ma finché non arriva, direi di lasciare perdere e di concentrarci su altre cose! Perché poi anche il progetto in sé, bisognerebbe vedere quale tipo di terme sarebbe veramente utile per la valle. Ho l'impressione che i progetti che si sono succeduti avevano tutti la caratteristica di essere troppo grandiosi, ciò che da una parte ha impedito la loro realizzazione, e d'altra parte forse non era quello che ci vuole per la valle. Anche perché nel frattempo il turismo del wellness e del fitness in Ticino si è sviluppato in modo abbastanza tale da coprirne le esigenze del mercato. Quindi forse in quel campo, in Valle di Blenio non c'è più una grande prospettiva.

Mentre invece, e questo è un elemento che ho ripreso recentemente sulla Voce di Blenio, invece di pensare ad un centro termale pensiamo ad un centro balneare! Quindi senza una parte alberghiera e senza tutti la parti termali che sono estremamente impegnative dal punto di vista finanziario, per invece concentrarci su un centro balneare con piscina coperta e aperta che corrisponda al bisogno prima di tutto della popolazione locale, poi dei residenti secondari e infine dei turisti, compresi i turisti di una giornata che possono arrivare dal resto del cantone.

Sono almeno quarant'anni che mi occupo di queste cose, e quindi pian piano ho sempre maturato l'idea che in Valle di Blenio ma non solo, nelle nostre zone di montagna dobbiamo puntare sul turismo di prossimità. Tanto vale pensare agli ipotetici giapponesi, cinesi o indiani da accogliere qui, mentre invece rimano un forte potenziale ma anche una pratica consolidata di turisti di prossimità. Il turismo di prossimità, che tra l'altro ha anche un aspetto interessante dal punto di vista ambientale, è quello che abbiamo sempre praticato, così alla buona con alti e bassi, e che si rivolge alla popolazione essenzialmente ticinese, alla popolazione della Svizzera tedesca ed eventualmente, anche se non si è mai andati troppo lontani, all'area lombarda. Questa come area geografica. Mentre invece come modalità di fruizione di questo turismo di prossimità, la prima che mi viene in mente sono i residenti secondari, e cioè quelli che hanno, abitando nel resto del Ticino o nella Svizzera interna, frequentano la nostra valle come residenti secondari utilizzando prevalentemente una residenza secondaria in proprietà e alcuni altri, una certa proporzione, prendendo in affitto stabilmente o periodicamente delle residenze secondarie di proprietà di altre persone.

Questa è la prima componente. La seconda componente che però è molto esigua è fatta dai turisti alla giornata, che vengono dal resto del cantone e dalla Svizzera Interna. E qui c'è un aggancio con il turismo vero e proprio, nel senso che i turisti che soggiornano nelle zone turistiche del cantone come il Locarnese ma anche il Bellinzonese e il Luganese, fruiscono alla giornata di quello che trovano nelle valli e lo apprezzano molto. Tutto questo in relazione anche con i bisogni della popolazione residente. Per cui, arrivo a dire che forse non dovremmo nemmeno troppo insistere sul turismo, nel senso che io vedo il turismo nelle nostre valli come un elemento di una domanda molto implicata, che va da chi risiede in modo permanente fino a quello che viene dalla Cina o il Giappone per dire, e in mezzo ci sono tutte queste altre persone che frequentano la valle in modo diverso. Tra l'altro anche per quanto riguarda la popolazione residente paradossalmente, ci sono più residenti secondari che, in fin dei conti, vivono in valle più di un residente che lavora a Lugano! La mia preoccupazione è che proprio negli ultimi dieci o quindici anni, e questa è una mia percezione molto soggettiva, c'è stato un calo della presenza dei residenti secondari e forse anche del turismo giornaliero. Questo è legato a diversi fattori, come il fatto che la residenza secondaria dal punto di vista politico e sociale viene sempre vista un po' male, sull'onda di quello che è secondo me un malinteso; quando si parla di residenze secondarie, in termini generali, cantonali e della politica si fa un amalgama con il fenomeno problematico della residenza secondaria nelle grandi stazioni sciistiche della Svizzera interna, dove effettivamente la presenza dei residenti secondari e di residenze secondarie costruite in grandi quantità pone un problema dal punto di vista pianificatorio e magari anche dal punto di vista sociale. Mentre invece da noi, questo tipo di presenza non è causa di

problematiche maggiori. Mentre invece, secondo me, la residenza secondaria è principalmente una risorsa che dovrebbe essere valorizzata.

Come giudica la situazione attuale delle residenze secondarie?

Il principale ostacolo è la Lex Weber, che effettivamente ha reso sempre più difficile quello che è l'elemento prioritario per il fatto che ci siano le residenze secondarie, la possibilità di trasformare gli edifici esistenti a residenza secondaria. È vero che dal punto di vista proprio della legge, rimane impossibile trasformare. Gli articoli dicono che è possibile trasformare un edificio esistente in una residenza secondaria. Però non un edificio esistente, ma un'abitazione esistente! Il ché permette magari di utilizzare una vecchia abitazione, che era abitata fino a poco tempo fa, quello si può fare. Però in generale, parlando con i tecnici comunali, diciamo che qualsiasi progetto anche magari dal punto di vista formale fattibile, ci sono un casino di difficoltà che spesso non vengono dal comune, che in generale qui in Valle di Blenio sono abbastanza favorevoli perché poi è nei loro interessi avere questo tipo di investimenti, ma vengono principalmente dal cantone e dalla Confederazione nei di fuori zona eccetera. Anche parlando con i responsabili dei comuni, qui in Valle di Blenio ma non solo mi dicono che la riattazione di stabili per farne delle residenze secondarie, non solo dei rustici ma anche dei nuclei abitati, si è molto fermata. Quindi viene a mancare quel ricambio con le residenze secondarie. Un ricambio che tra l'altro secondo me è già diventato problematico per delle questioni socioculturali più che pianificatorie, nel senso che c'è meno interesse nelle famiglie in generale ad avere una residenza secondaria. Anche perché la prima grande ondata di residenze secondarie era data da bleniesi che sono andati fuori valle come il sottoscritto tra l'altro. Tutto questo mio discorso è molto basato sulla mia esperienza di residente secondario! Però è vero che dagli anni Settanta c'erano tante persone che sono dovute partire dalla valle per andare a lavorare nei centri, non solo lavorare ma stabilirsi nei centri, e hanno mantenuto o hanno acquisito una residenza secondaria qui in valle. Questa è stata tutta una generazione che ha tenuto in piedi le residenze secondarie. Ma secondo me anche la vita socioeconomica della valle! Questa componente è naturalmente diminuita... perché i figli e i nipoti di queste persone non necessariamente ci tengono ancora alla residenza secondaria! Poi c'è stato l'elemento pianificatorio della Lex-Weber.

Mentre invece per la tassa di soggiorno, questo non è un ostacolo principale. È solo quello che fa più parlare e io la inserirei nel fatto che a livello della promozione turistica fatta attraverso l'OTR, non viene curato l'elemento del residente secondario. Quasi quasi non viene considerato un turista! E secondo me con una visione un po' ormai superata tendono ancora a vedere il turista come colui che viene da fuori e che pernotta in alberghi, che per altro non ci sono più. Mentre invece l'OTR avrebbe tutto l'interesse a curare e a promuovere le residenze secondarie invece che penalizzarle per esempio con le tasse di soggiorno. Però il principio secondo me di pagare delle tasse di soggiorno è sacrosanto, deve continuare. Però se i residenti secondari fossero un po' coltivati, un po' presi in considerazione probabilmente pagherebbero anche più volentieri o con meno resistenza queste tasse di soggiorno.

Questo è legato al fatto, che io non ho ancora digerito, della fusione di quello che era l'Ente turistico Blenio nell'OTR di Bellinzona. Una scelta che è stata voluta veramente da tutti; mi ricordo, saranno stati quattro anni fa, tutti anche in valle erano favorevoli a questa fusione. C'era un po' l'idea della fusione come un bene per principio, ed invece io e pochi altri eravamo convinti che fosse una scelta sbagliata. Proprio perché portava via quell'elemento, forse l'elemento principale di ragionamento a livello di valle, che non è poteva essere interpretato da un'associazione di comuni [la ASCOBLE], che fa un lavoro dignitoso però non ha... mentre invece proprio l'Ente turistico di Blenio si fondava su una storia ormai centenaria! Rappresentava un elemento di identificazione della valle, con un consiglio direttivo formato da persone della valle. Spesso, soprattutto in passato, anche dalle persone più in vista della valle, quindi che avevano anche in mano i destini economici o politici della valle. Delle grandi personalità delle valli, impegnate in prima persona

nell'ente turistico. Prima si chiamava Pro Blenio, ciò che ha permesso a suo tempo la creazione della stazione del Nara e di Campo Blenio. Questo adesso si è un po' perso...

Io l'ho sempre detto e scritto. Non è una questione di persone. Le persone che abbiamo designato a partire adesso dal presidente [Luca Bianchetti] sono tutte volenterose. Però secondo me è il contesto, la struttura non gli permette di essere realmente efficaci per il bisogno della Valle di Blenio. Non è che non facciano niente per carità, hanno fatto delle belle cose come il progetto Blenio Bike. Però si vede che manca una presenza anche sul quotidiano, sulla vita associativa come c'era in precedenza. Non è che fosse tutto roseo, perché anche il mio carissimo amico Mannhart non è che facesse l'unanimità. Adesso secondo me manca questo elemento unificante della valle. Credo pure che ci sia del Bellinzona-centrismo, fatalmente! Perché poi Bellinzona ha i suoi castelli da promuovere, ed è quindi fatale ed inevitabile che si concentri su quello.

Adesso sono diventato un po' pessimista, ultimamente. Sono sempre stato tendenzialmente molto ottimista sul futuro, adesso però mi sembra di intravvedere dei segnali molto negativi, soprattutto per quello che sono i servizi alla popolazione, quindi che potrebbero essere anche per i turisti e i residenti secondari, per chi viene. Se vediamo adesso il livello dell'approvvigionamento nei negozi, è sempre più precario. Per non parlare poi delle strutture ricettive; in pratica di alberghi in Valle di Blenio non ce ne son più. La constatazione sul momento attuale sulle prospettive è abbastanza preoccupante secondo me. Cosa fare? Secondo me continuare, riprendere a macinare piccoli passi in ogni direzione, mettendo assieme le forze pubbliche e private. In questo senso io sono sempre andato un po' controcorrente; credo che il ruolo dell'ente pubblico comunale con un supporto importante del Cantone sia decisivo se vogliamo fare qualcosa e se non vogliamo fermarci alla declamazione di quello che vorremmo e si potrebbe fare. Ci vorrebbero quindi dei comuni più interventisti anche, fanno già tanto per quello che sono le infrastrutture. Però bisognerebbe continuare a macinare piccoli progetti che poi ci sono, ci sono comunque degli elementi di prospettiva incoraggianti come il Centro di Campra e tante infrastrutture sportive. Però appunto, è difficile dire cosa fare.

Su cosa deve puntare la valle in futuro per sviluppare il turismo e l'economia?

La mia filosofia per lo sviluppo della nostra valle in termini molto generali, l'ho riassunto in un dossier sulla Voce di Blenio nel 2015. Per promuovere, ripartire dal villaggio; quindi curare nei minimi dettagli la struttura villaggio. Vuol dire prima di tutto le strutture fisiche da conservare e da riutilizzare, e poi anche le strutture sociali da rivitalizzare proponendo appunto il concetto di villaggio come punto di partenza per essere attrattivi. Per essere attrattivi non solo per l'esterno e per il turismo, ma prima ancora per la popolazione residente. Avere dei villaggi più belli, più curati, più attrezzati e con più infrastrutture vuol dire aumentare la qualità della vita di chi ci risiede e quindi favorire il fatto che più persone rimangano e magari qualcuno venga dall'esterno come residente primario. Ma poi più attrattivi anche per il residente secondario, il turista alla giornata. Quindi questo è un concetto che non richiede dei grossi investimenti. Dei grossi investimenti possono essere utilissimi, come le terme o meglio ancora il centro balneare, Campra, quello che si può fare ancora come impianti di risalita. Però per il resto richiede soprattutto una cura del dettaglio. In questo progetto, un ruolo importante lo ha indubbiamente il comune. E il cantone come supporto soprattutto finanziario. Perché un altro mio pallino, io sono stato attivo per tanti anni nella politica regionale interpretata dalla LIM, che è stata abbandonata e sostituita con delle istituzioni e dei meccanismi di promozione che sono abbastanza poco efficaci. Come l'Ente Regionale per lo Sviluppo, che fa il suo bel lavoro per carità, però se non si vede un impatto sulla vita...

Crede che il coinvolgimento dei privati nel settore potrebbe essere maggiore?

È sempre difficile valutare la dinamicità della popolazione. È chiaro che una valle deve agire sulle risorse umane che ha. Quindi una comunità di 5000 abitanti è poco probabile che abbia delle grandi personalità. Tanto più che molti giovani risorse poi escono dalla valle. Però d'altra parte, se si guarda all'attività socioculturale della valle, è abbastanza

positiva, anzi per certi versi sorprendente; tutte le iniziative che ci sono in ambito culturale, nel campo artistico, musicale, associativo... quindi c'è questa mentalità. Forse quello che manca, ma manca perché è difficile da realizzare, è un'imprenditorialità economica sostanziale. Però manca non necessariamente perché i bleniesi sono poco imprenditori, manca perché è difficile fare l'imprenditore in Valle di Blenio! Condurre un ristorante in valle è un'impresa difficile oggettivamente, perché bisogna venderne di caffè per tirar fuori il salario di un cameriere. Idem, o ancora peggio, per le strutture ricettive alberghiere. Si può dire che manchi l'iniziativa, però chi è che si può lanciare nella conduzione di un albergo? È proprio in questo campo che forse bisogna esplorare, ma c'è già chi lo fa, in forma alternative di alloggio turistico. Per esempio, adesso ci sono alcuni cosiddetti Bed & Breakfast che funzionano bene. Ad Olivone purtroppo non c'è più il Centrale come ristorante, però abbiamo la Casa Lucomagno che funziona benissimo! Ci sono anche altre iniziative, anche nel campo dell'agriturismo, ci sono delle belle cose! Secondo me bisogna un po' riprendere coraggio. Quello che manca inoltre secondo me attualmente, è che queste piccole iniziative ricevano da qualche parte qualche aiuto pubblico consistente... quando dico queste cose, tutti mi prendono per uno statalista e un assistenzialista, però se vogliamo far qualcosa, dobbiamo veramente alimentare queste iniziative che pure ci sono, e non magari ostacolarle con problemi di tipo pianificatorio e altri. Di esempi ce ne sono tanti.

Per esempio, in Valle di Blenio abbiamo sempre avuto parecchie strutture ricettive per gruppi, per giovani. Negli anni Novanta sono stati fatti diversi interventi di riattazione delle costruzioni ex-novo come la Casa Greina, che è stato un investimento per quel tempo, forse a metà degli anni Novanta, davvero molto coraggioso! Prima c'era solo una casetta, e lì mi ricordo che si era partiti su un progetto di riattazione di questa casa di 300000 franchi. E c'è stato chi ha avuto il coraggio di dire no, e di fare qualcosa di più grande, presentando un progetto che era già mi sembra sui tre milioni. Vuol dire che c'è stata la capacità di fare queste cose. E in questo senso sono state realizzate delle strutture preziosissime; a Sommascona con il centro OTAF, oppure più in piccolo e limitato con la Casa Cristallina, o ad Aquila con il Centro Campo Bosco. Sono stati fatti dei bei investimenti che hanno avuto una grande utilizzazione, però gli anni passano e adesso si dovrebbe rinnovare non dico questa o quella casa, ma il settore; riproporre un'offerta! Tra l'altro non è passata di moda, perché le vacanze in gruppo, tra giovani ci sono ancora! Anche Gioventù & Sport hanno fatto delle belle cose! Però per esempio avere un Centro Lingue & Sport ben attrezzato come quello che hanno costruito a San Bernardino mi pare, potrebbe essere interessante. E in quel campo è fondamentale il supporto dell'ente pubblico! Perché non si può pensare che un imprenditore locale costruisca un alloggio per gruppi e poi lo fa funzionare e lo fa rendere.

Un'altra infrastruttura che secondo me sarebbe più sul lato privato, che manca secondo me, è quello che mi viene in mente dopo essere passato in Valle Maggia. Prima di Avegno, all'entrata della valle, hanno costruito un bel centro con una stazione di servizio, un negozio, degli uffici, dei locali per altre attività. E quello è un bel biglietto da visita per la valle. È chiaro che questo rileva dell'iniziativa privata, magari appoggiata. Ho sempre pensato invece che il biglietto da visita che diamo noi in Valle di Blenio all'entrata di Malvaglia è proprio uno scempio. Sarebbe fantastico: all'entrata della Valle di Blenio, un centro di accoglienza, con anche magari un'antenna dell'OTR... questo sarebbe secondo me un bel progetto!

Quello che ho constatato, e che non riguarda solamente la Valle di Blenio, è che quando una valle esprime dei deputati in Gran Consiglio, anche delle persone validissime, si ricordano abbastanza poco della valle, anche perché, e questo è un fatto oggettivo, se uno vuole riuscire come politico non può occuparsi solo della valle, ma immettersi negli affari che contano! Come dimostra ad esempio il percorso del mio amico Walter Gianora, validissimo come politico! Però anche lui si è buttato a capofitto nella politica cantonale e non so se sia riuscito a fare qualcosa per la Valle di Blenio, se non in termini generali. Adesso ci sono delle speranze perché ne abbiamo cinque!

Il mondo è cambiato. Perché un personaggio come Giuseppe Pagani, ma anche più in piccolo un personaggio come Leopoldo Pagani, più vicino a noi, erano dei grandi trascinatori ed avevano una grande forza economica e non ci sono più, non possono più esserci perché non vengono accettati! Chi emerge viene affossato subito, anche per una questione di partiti... Tra l'altro, riguardo l'Ente Turistico, questi personaggi erano tutti implicati in prima persona: i Gianora, i Fiorini...

Nelle mie valutazioni sono sempre un po' tra il pessimismo nel vedere che cosa non va, e però bisogna anche riconoscere che ci sono tante cose che girano. Adesso vedo anche gli investimenti pubblici con la strada del Lucomagno, un bell'intervento e dovuto, assolutamente prioritario. Ho visto pure il rifacimento della strada vecchia del Sosto; un bell'intervento che poi porta ad attività.

È una concezione di diversi fattori. Ci sono stati nella nostra società bleniese, ma anche ticinese in generale, dei profondi mutamenti sociologici prima ancora che economici, a livello di abitudini, di consumo, di fruizione del tempo libero... c'è stata veramente una rivoluzione. E un settore particolarmente colpito è stato quello degli impianti di risalita, in cui si sono congiunti altri fattori di tipo climatici. Fattore sociologico nel senso della pratica dello sci rispetto a quello che era negli anni Settanta: nelle famiglie e nei giovani locali ma anche del resto del cantone c'era una fame di sci, si sfruttava la giornaliera fino all'ultima salita! Invece adesso la pratica dello sci, credo anche in valle, per le famiglie è diventato un po' un optional. Rispetto a questa evoluzione non si può attribuire la colpa ai bleniesi che non sono stati bravi; si sono trovati questa situazione, e fra l'altro per me ha del miracoloso il fatto che adesso il Nara sia ancora in funzione! Con grande impegno di diverse persone. È veramente una resistenza eroica, però appunto mi chiedo fino a quando si potrà...

Sono combattuto in questa valutazione perché ci sono dei fattori oggettivi che spiegano questo destino. Poi però come gioca il fattore soggettivo, delle persone è difficile interpretarlo. Il confronto con le stazioni appena fuori dal cantone non è proponibile, perché ci sono altre condizioni oggettive. Anche riguardo ad Airolo, non per giustificare i bleniesi, c'erano le condizioni oggettive negli anni Novanta, anche a livello politico; sono partiti con una determinazione incredibile, per rifare completamente gli impianti, e hanno fatto un investimento di quaranta milioni che era un'enormità a quei tempi. Tra l'altro l'hanno realizzato, quello che si tende un po' a dimenticare, con parecchie forzature a livello del processo di decisione politica, perché lì avevano dei politici che sono riusciti veramente ad influenzare. Mi ricordo che in quegli anni, all'inizio degli anni Novanta, erano partiti prima i progetti per il Nara, che tra l'altro con Walter Gianora che lavorava per Pedretti e Passera, e io ero coinvolto con le regioni di montagna, avevano appunto pensato a dei progetti per una quarantina di milioni, con un impianto di risalita che partiva da Acquarossa fin su alla Bassa di Nara, con i disegni delle cabine di Mario Botta... e io ho visto, sono partiti quasi in parallelo, un po' dopo Airolo... e loro sono riusciti a realizzarlo e per noi invece tutto è caduto. E lì però è difficile dire perché. Ci sono stati diversi elementi oggettivi, partendo dalla valanga del 1975 che ha tarpato le ali al progetto sin dall'inizio. La causa non fu quindi solo della scarsa capacità.

Però negli anni Novanta c'era ancora questa velleità, però anche lì limitarsi a dire se lì avessimo fatti questi investimenti, magari adesso saremmo qua con ancora più debiti... o magari no, perché quell'impianto con partenza da Acquarossa fino alla Bassa di Nara avrebbe avuto una valenza anche estiva. Però non è stato fatto.

Quali sono le sue considerazioni sul ParcAdula?

Il ParcAdula era un buon progetto, che però è stato gestito male dai promotori stessi, quindi dalla Confederazione e dal Cantone. Perché un progetto che ci mette quindici anni prima di partire, secondo me c'è qualcosa che non va alla base. Un progetto di questo tipo, o lo si mette in opera nello spazio di cinque anni, altrimenti... perché poi dall'inizio le condizioni cambiano, e poi con il passare del tempo invece che risolvere i conflitti, questi si accentuano. Per delle

ragioni puramente ancora una volta di tipo sociologico, e non per ragioni ideologiche. Io tra l'altro nel 2000 quando erano partiti ero ancora all'Ufficio Regioni di Montagna, e ho partecipato ai primi passi, e con grande entusiasmo perché ci sembrava davvero il progetto ideale. Poi però tutto, con grande sofferenza, ho visto che più il tempo avanzava, invece di consolidarsi il progetto vedeva consolidarsi e radicalizzarsi le opposizioni, creando una divisione certe volte un po' artificiosa di cui non c'era bisogno. Perché se c'è una cosa di cui non abbiamo bisogno sono le divisioni. Per cui io sono stato fino all'ultimo un tiepido sostenitore del parco. Tiepido perché vedeo che non sarebbe passato, che si creavano divisioni invece di unità di intenti. E ti dirò che per finire sia meglio che non sia passato, perché se fosse passato probabilmente avremmo continuato queste discussioni sterili e queste contrapposizioni artificiose tra fautori e contrari. Questa però è la mia idea; magari se partiva si poteva fare qualcosa di bello, questo non lo sapremo mai. Tra l'altro a livello di principio, che mi è molto dispiaciuto, è che diverse giovani persone molto valide e che si sono implicate, sono rimaste frustrate. Questo è peccato.

È stato un progetto mal gestito da chi lo ha proposto, e non da chi lo voleva accogliere. Anche l'atteggiamento della Confederazione, con questo continuo tira e molla per quello che si poteva e non si poteva fare, le deroghe... qui si cercava di ottenere più deroghe possibili per farlo passare, mentre là a Berna invece no, e si sono create tutte delle dinamiche che poi non portano a niente. Perché quello che mi ha impressionato, è che io ero convinto in pratica fino all'ultimo che noi qui lo avremmo bocciato, mentre invece nei Grigioni lo avrebbero accettato, invece lo hanno respinto. Questo per me è molto significativo; perché io spesso prendo i grigionesi come modello, e quindi questa volta abbiamo fatto proprio come loro.

Ho fatto anche una piccola provocazione prendendo esempio dal sostegno comune della Leventina per la nuova Valascia. Perché sai, dalla mia attività professionale che mi permetteva di girare le valli, sistematicamente quando andavo in una valle, ad esempio in Leventina, mi dicevano sempre che i bleniesi erano più bravi di farsi valere. Si va in Valle di Blenio e si dice l'esatto contrario! Per cui, penso che tutto il mondo è paese più o meno. Però è vero che non sul caso della pista di ghiaccio, ma anche prima ancora con gli impianti di risalita, si vede che la Valle Leventina ha una maggiore solidità politica; anche storicamente, è stata più importante, ha espresso anche dei grandi statisti, addirittura dei Consiglieri Federali... e quindi mi sembra evidente che i leventinesi finora siano riusciti ad avere maggiore peso nelle scelte del cantone per esempio, mentre i bleniesi un po' meno.

Un altro progetto che non volevo dimenticare è quello della rivitalizzazione della Cima Norma. Il fatto che è tutto fermo è motivo per me di grande sofferenza, perché han fatto delle belle cose, poi l'ultima fase iniziata nel 2015 era molto promettente con questa fondazione. Ma adesso ci sono delle difficoltà finanziarie. Come si è già fatto e si sta facendo, cioè di unire diverse componenti, a partire da quella residenziale con i loft che possono essere sia per i turisti ma anche per i privati, con contenuti culturali, artistici e poi, quello che si è sempre parlato, di contenuti ricettivi turistici con delle camere per gruppi e per chi fa varie attività. Accanto poi al recupero di testimonianze di produzione industriale, mantenendo quindi delle testimonianze di quello che era la fabbrica, a partire dalla sua struttura esterna che dovrebbe essere mantenuta e curata, perché adesso è lasciata un po' andare. Poi c'è questa ottima idea di fare un vero museo del cioccolato lì dentro, questa è un'altra componente interessante, e di avere magari un piccolo bar con ristorante che manca attualmente. Si pensava che con questa fondazione le cose potessero andare avanti. Ma alla base ancora una volta c'è il problema che per fare qualcosa di dignitoso in Cima Norma occorre un investimento iniziale strutturale non indifferenze, di grande entità, che non può essere recuperato tramite le attività che si svolgono, e quindi dovrebbe essere finanziato dall'ente pubblico.

ANNEXE XXV : Entretien avec Walter Gianora, ancien président du Grand Conseil du Tessin

Quale deve essere, secondo lei, il ruolo delle autorità politiche nel turismo bleniese?

La politica, le istituzioni, come i comuni e il cantone, devono essere i "notai della situazione". Io dico sempre che dobbiamo sfatare quel principio secondo il quale è la politica che governa il mondo; ma è sbagliato! La politica deve mettere a posto quello che non funziona nel mondo, ma qualcuno deve farlo funzionare! Torniamo ancora al discorso di partenza; se si ha un contesto che si dà da fare, che promuove iniziative, dove c'è un'unione su temi e filoni, la politica collabora! Ma se ci si aspetta solo dalla politica... (anche perché i politici non sono tutti specialisti operatori turistici e nemmeno tutti imprenditori), non si può ragionevolmente pretendere chissà cosa! Io capovolgerei il sistema, dicendo che se non cresce nulla da sotto, non ci si può aspettare che cada qualcosa da sopra!

Basta guardare cosa capita in Italia, è l'esempio classico; la politica è completamente distaccata dal paese reale! In mezzo a tutto, noi abbiamo un sistema politico di milizia che permette di portare a livello istituzionale le esperienze maturate nella società civile! Ma se la società civile non si muove non si dà da fare... non se ne farà mai nulla, si continuerà a parlare male della politica e di tutto! Ognuno ha il politico che si merita, diceva Andreotti. E quindi la classe politica è uno spaccato del paese reale, è molto semplice l'equazione! La politica non è nient'altro che l'espressione del Paese reale! Basta appunto guardare l'Italia...

La Leventina ad esempio si è trovata su un corridoio internazionale legato al San Gottardo, le fortezze militari, il passaggio della ferrovia, dell'autostrada... ma tutto ciò col cambiare dei tempi hanno prodotto tutta una serie di problematiche! Adesso stanno più male loro che noi! È la storia, il destino del territorio! Noi in passato ci siamo anche pianti addosso perché la ferrovia non è passata da qui con il famoso progetto del Tödi-Greina, ma oggi come oggi possiamo invece esserne felici che sia andata così! Quindi è il destino di una società, di una popolazione....

Magari le mie sono risposte fuori dagli usuali schemi, ma come ti dico, sono delle considerazioni che traggo dopo quarantatré anni di politica, che ho vissuto partendo dal municipio di Leontica, fino alle presidenze del partito, del Gran Consiglio e della commissione della gestione. Ho avuto questa fortuna, il destino probabilmente mi ha portato lì, dandomi la possibilità di vedere il ciclo completo delle cose. E oggi riesco a fare queste conclusioni senza troppi patemi d'animo. Il Paese reale non cambia se non cambieranno certi presupposti...

Cosa ne pensa del tema legato alle Terme di Acquarossa?

Ci sono delle cose che sono delle premesse. Un po' come i frutti; hanno bisogno il loro tempo per maturare. Però ci dev'essere anche la pianta, ovvero la potenzialità dietro. Per le terme di Acquarossa è la stessa cosa! Io trovo che quello che sta facendo il comune, ovvero cercare di "pulire la lavagna" da tutte le storie che ci sono state in passato ed essere lui il primo attore, va benissimo! Però le terme oggi secondo me soffrono anche di un contesto che offre poco. Un investitore che vuole investire 100 milioni qua vede solo problemi... Però, se la valle riesce una volta a fare uno sforzo per mettere in rete una bella offerta, qualcuno potrebbe investire in un segmento di mercato come quello delle terme... che poi parliamo di terme ma oggi si tratta più di wellness e torniamo quindi nel campo del turismo di qualità, detto "soft". Da cosa nasce cosa, ma ci vuole tempo per le cose. Finora è stato un po' un guazzabuglio; la problematica terme la conosco da quando ero in Municipio nel 1976, e facevo parte del primo gruppo di promozione Terme di Acquarossa come rappresentante del Municipio di Leontica, perché l'iniziativa si trovava sul comune di Leontica. Ma se analizzo tutto quello che è successo tra progetti, aspettative... oggi mi vien da dire che del passato è rimasto solo ideale, il resto era tutta una girandola di speculatori o sprovveduti... oggi il comune ha le redini in mano, e ciò non è male. Non prendiamo quindi fretta; gli atout sono lì, l'acqua c'è finché non asciuga la sorgente... costruiamo tutto il resto, le fondamenta, e poi potremo costruire tutto il resto.

Mi è dispiaciuto, come si diceva, del no al progetto del ParcAdula. Poteva essere un atout importante anche per tutta una serie di piccoli progetti. D'altronde la scelta popolare è il frutto di quello che si è detto prima... io non mi arrabbio per questo, sono realista nel dire che ogni società democraticamente decide con le proprie scelte di fare un'esperienza; ai posteri dunque "l'ardua sentenza"... vedremo, vuol dire che oggi senza tale premessa dobbiamo rimboccarci le maniche ancor di più, perché c'è meno gente che crede in noi, che potrebbe darci un colpo di mano.

Mi ricordo tre anni fa, nel periodo della votazione per il ParcAdula, ero a Neuchâtel ad una conferenza inter-cantonale dei presidenti dei Gran Consigli; alla sera ci siamo trovati a cena, e io ero vicino ad un gran consigliere valsesano. Ci siamo parlati un po', gli ho detto da dove venivo, eccetera..... Lui conosceva la Valle di Blenio essendo stato a militare negli ex-stabili dei Lazzaretti di Acquarossa. Poi mi ha chiesto cosa c'era di nuovo in valle rispetto a quando era stato lì lui; io gli parlai dell'imminente votazione sul Parco Nazionale del ParcAdula, lui conosceva il progetto perché era il presidente di una biosfera nel Vallese, di un Parco Regionale. Io gli chiesi come vedeva questa esperienza, e lui mi disse (ricordo la metafora), che chiaramente loro con il parco regionale giocano in una specie di "serie B" rispetto ad un parco nazionale come sarebbe stato il ParcAdula che avrebbe permesso di giocare in "serie A". Mi disse inoltre che in quindici anni di parco regionale avevano avuto la possibilità di mobilizzare ca. 10 milioni di franchi di aiuti provenienti da più parti del mondo! Interessante è il fatto che non si trattavano di aiuti istituzionali come sussidi basati su leggi, ma di vari contributi provenienti da fondazioni! Mi disse che ci sono in giro delle potenzialità incredibili, però è chiaro che bisogna rispondere un po' agli ideali di queste fondazioni! Se vengono offerte certe condizioni, vengono messe a disposizione ingenti aiuti! Mi fece l'esempio di una casa molto vecchia, che avevano trasformato in un albergo per il silenzio... che registra un tasso di occupazione del 99%! Poi avevano costruito una passerella, tipo il Ponte Tibetano a Sementina... Questi esempi stanno a dimostrare che se si riesce a differenziarsi dalla massa, e si riesce ad offrire delle potenzialità autoctone, si trovano anche gli aiuti! Mi disse che è stato un grande successo per il territorio la creazione di questo parco regionale. Quindi se si pensa alla Val Malvaglia, ai vari villaggi... si sarebbero potuti trovare corsie preferenziali per aiuti mirati a favore dello sviluppo di interessanti e rivitalizzanti progetti! Ed oltre all'aiuto finanziario, c'è dietro anche una certa clientela portata da questi enti che ti hanno aiutato!

Questo è quello che non è stato capito durante le discussioni che hanno preceduto la votazione del ParcAdula... io ho portato questo esempio due o tre volte nelle serate pubbliche, mi ricordo... ma la gente guardava solamente il fatto di dover dividere i vari sussidi con i Grigioni... ma benedetta gente, a me non interessavano i cinque milioni, mi interessava avere l'energia che mi facesse "girare l'albero centrale"! Poi sarebbero stati gli addentellati tra ingranaggi a muovere il tutto, ... in sostanza è ciò che molti non hanno capito! È tutto l'indotto che si sarebbe creato, le collaborazioni, le opportunità ... ma torniamo al discorso iniziale; purtroppo come detto non esiste la percezione di quello che significa turismo, che è un settore dell'economia! Nel turismo si dice sempre che due più due deve sempre fare cinque, e non quattro!

Altro esempio i contributi a favore delle stazioni invernali, che sono state delle operazioni politiche un po' "tirate per le orecchie" ... ma che siamo comunque riusciti a portarle in porto facendo leva sull'aspetto della sicurezza. Ma l'intento consapevole da parte istituzionale fu comunque quello di non lasciare andare completamente queste realtà, chiedendo quale contropartita un "esame di coscienza", per produrre un riorientamento dell'offerta. Questa fase l'ho vissuta in commissione della gestione, mi ricordo che avevo portato la commissione al Nara quando ero presidente; in quel giorno, non so il motivo, sembrava che andasse tutto bene! Fu una giornata favolosa, c'era una luce con un cielo terso autunnale... che fece sì che queste persone furono incantate dalla bellezza del paesaggio e dell'accoglienza riservata loro! Poi le abbiamo portate in seggiovia, pranzo al Nara 1500, con il direttore Mandioni gli abbiamo mostrato tutto ciò che concerneva la meccanica degli impianti, le esigenze di manutenzione, le prescrizioni federali per garantire la sicurezza... La settimana successiva, in Commissione raccogliemmo elogi a non finire, e il rapporto commissionale fu subito firmato con convinzione, avendo potuto toccare per mano la realtà!

Crede che il Centro Nordico di Campra riuscirà a risollevar le sorti del turismo in valle?

Evidentemente Campra è una delle grosse potenzialità che abbiamo, quindi ben venga il nuovo centro. Anche in questo caso il Cantone ci ha creduto; io sono stato il co-relatore del rapporto, il Cantone ha messo fiori di milioni, addirittura il 50% se non sbaglio, tra i 7-8 milioni su 15. Si dovrà prestare attenzione ad un aspetto importante per la gestione di questo Centro; in quanto ci sono degli anelli deboli della catena! Prima di tutto c'è un cambiamento climatico in atto e un cambiamento di cultura del tempo libero, e secondariamente dividere quella che è la ristorazione dalla gestione delle piste può essere una spada di Damocle. È un po' come nelle stazioni invernali, quando una parte gestiva gli impianti e l'altra gestiva il ristorante; è difficile poi andare a trovare chi si lamenta per cosa! Uno magari non sciava più in una determinata stazione perché si era trovato male nel ristorante, e magari un altro perché non si era trovato bene con gli impianti. Sono questi aspetti molto delicati! Quindi per Campra io vedo nella gestione una grossa incognita. Finché si costruisce il contenitore va bene, ma dopo è il contenuto che conta! Per quanto riguarda il Polisport, si tratta un progetto che con il senno di poi ci si potrebbe davvero chiedere se quello che si è investito a Campra non lo si poteva, in buona parte investire lì ad Olivone... Perché da Olivone a Campra non ci sono grosse distanze! A Campra ci si poteva limitare a fare lo stretto necessario per lo sci di fondo, mentre che ad Olivone si sarebbero create le ricadute della parte residenziale che avrebbe rafforzato il tessuto alberghiero... Ora si deve andare avanti, vedremo! L'Osservatorio di Gorda invece è un elemento a sé che però è molto interessante.

Anche nella media Blenio ci sono vari progetti; le Terme di Acquarossa, il Nara, le mountainbike che potrebbero essere valide... però anche lì, bisogna fare i conti con le varie problematiche; contadini che si lamentano, che stentano a capire che magari basterebbe solo dialogare un po' di più per trovare i giusti compromessi e compensi! Tutto ciò ci fa capire che c'è molto da fare, perché è la società che deve cambiare... Dobbiamo partire dalle piccole cose, quelle che ci concernono direttamente, che sono alla nostra portata, non pretendere cose che non possiamo avere subito. Un bambino lo si fa giocare coi primi giocattoli, quelli più semplici, alla sua portata, che non dovrebbe essere né il Game boy né l'iPhone! A scuola non si insegna la trigonometria in prima elementare, ma più tardi! Quindi noi siamo veramente ad un livello dove dovremmo riconoscere quello che è la nostra realtà e a nostra portata e capire che siamo noi che dobbiamo rimboccarci le maniche! Poi, se ci si imposta bene, si troveranno via via le persone che ci aiutano, proprio perché ce lo siamo meritato!

ANNEXE XXVI : Entretien avec Tommaso Fiorini, architecte et auteur de la thèse sur les thermes d'Acquarossa

Mi potrebbe parlare della sua tesi sulle Terme di Acquarossa?

Ho realizzato il mio lavoro di diploma sulle terme di Acquarossa con un amico. Nello specifico, sul vecchio stabilimento, il sito storico delle terme. Il progetto è durato un anno; c'è quindi stata innanzitutto una fase di ricerca storica sia sul luogo che sul tema e in seguito è stato allestito un programma che è stato sottoposto a degli esperti sempre in ambito scolastico ma non solo, poiché questo progetto aveva come esperto esterno il Sig. Roland Huber, che all'epoca era uno dei personaggi più importanti per il turismo svizzero e che aveva lavorato in particolare per le terme di Scuol. Il Sig. Huber ci trasmise entusiasmo per questo progetto, riconoscendo la qualità del sito trattato. Dopo i vari disegni e ipotesi di intervento concreto, con dei modelli e dei piani per lo sviluppo termale nel vecchio nucleo di Acquarossa. Subito dopo la pubblicazione del lavoro c'è stata una vendita abbastanza importante degli edifici, e lì secondo me si è perso un'occasione perché si avrebbe potuto intervenire; si avrebbe potuto disporre di edifici pubblici, con il Comune di Acquarossa che avrebbe potuto appropriarsi del nucleo. Il nostro tema era quindi lo sviluppo del nucleo termale, dove al vecchio albergo, che presentava poche stanze ma di lusso con i bagni combinati, si sarebbero aggiunti un altro albergo e altre strutture di alloggio differenziato in tutto il nucleo, permettendo una riattivazione di tutti gli edifici. Questa era un po' il nostro concetto. Abbinato ci sarebbe pure stato un parcheggio, perché era un elemento fondamentale, e il tutto era comunque realizzabile ad un costo sostenibile. La fattibilità era stata comunque verificata. Era un progetto fattibile.

Il progetto è stato pubblicato tra il 2001 e il 2002, in un momento poco propizio perché il progetto era stato immediatamente accantonato prevalentemente per il carattere accademico del lavoro, anche se era stato studiato in maniera da poter essere realizzato. Ma all'epoca era in programma l'ultimo grande progetto del Centro Termale che doveva partire, ma che in realtà non se ne fece nulla. A dir la verità, non solo io ma tante persone capimmo sin dalla prima intervista in radio nel 2006 che non si sarebbe fatto nulla.

C'è stata in seguito una pubblicazione [Le Terme di Acquarossa, di Bruno Grata, Fabrizio Panzera, & Giulio Foletti, 2011 ndr.] che riprende molti elementi del progetto e fa seguito alle riflessioni fatte per il progetto stesso. In questo libro si specifica che comunque, anche se si trattava di un'ipotesi, che esistono altre varianti per questo sito. È bizzarro ricordare come tempo dopo la pubblicazione, fummo chiamati in uno studio di avvocatura a Bellinzona per trovarci con un gruppo di investitori greci interessati all'opera. Ma ci siamo presentati in due, con delle cifre stimate al volo e senza un Business Plan valido, per cui la cosa non andò avanti. Da lì non ci sono stati sviluppi, anche se talvolta si sente dire che bisognerebbe intervenire sul vecchio sito.

Tre o quattro anni fa sono stato contattato dall'Accademia dell'Architettura di Mendrisio perché un atelier organizzato prevedeva un semestre sui bagni termali di Acquarossa; ho quindi avuto modo di seguire come agente esterno le critiche ai vari progetti. C'erano una quindicina di progetti per lo sviluppo dei bagni termali sul vecchio edificio. Per diversi motivi non si è più potuto fare un'esposizione né una particolare promozione sulla cosa e restò quindi limitata al mondo accademico. Fu però interessante vedere appunto tutte le possibilità e non solamente quella proposta nel nostro lavoro di diploma.

Dal mio punto di vista, il nostro era un progetto sostenibile, realizzabile a tappe. Il problema dei grandi progetti è che gli investitori si aspettano che in poco tempo l'opera sia redditizia, per cui creano le strutture rivolte al tipo di clientela che sanno che possono raggiungere. Questo tipo di centri funzionano per tre, quattro o cinque anni con la clientela specifica. La struttura è infatti costruita per andare in questa direzione, e lascia poco spazio a sviluppi collaterali.

All'epoca andai ad una conferenza per il potenziale caseificio Valle di Blenio, dove c'era un certo Studio Giuliani di Zurigo che si occupava della valutazione strategica e dei vari interventi. Il responsabile di questo studio era di origini della val Bregaglia, dove aveva già avuto un'esperienza simile con una casa farmaceutica, in cui si riponevano grandissime aspettative ma che in realtà sfruttava solamente un vantaggio fiscale ma la manodopera era straniera, i prodotti venivano venduti all'estero e anche le materie prime venivano da altrove. Per cui si generò solamente traffico. Il Caseificio proponeva quattro o cinque posti lavoro ma che sarebbero stati impieghi locali e che potevano sviluppare altri settori: secondo me bisogna andare in questa direzione! Chiaro, poi anche al Centro Termale anche una prima fase necessiterebbe di un investimento di venti o trenta milioni, per cui bisogna sempre avere dietro qualcuno con degli interessi e non penso che possa essere solamente l'ente pubblico a sostenere la spesa. Credo però che questi progetti siano sostenuti dal Cantone e che le autorità non aspettino soltanto un grande investitore, anche perché questi non arrivano più e non ci sono mai stati! Bisogna trovare altre maniere. Un lavoro di ricerca come il tuo può essere importante.

Per quanto riguarda un possibile sviluppo sul terrazzo sotto le scuole medie di Acquarossa, trovo che la zona sia staccata dalla storia del centro termale. Inoltre, le aspettative dei clienti cambiano: c'è chi va a fare i bagni termali in Pian Scairolo ma ritengo comunque che ci sia ancora un turismo che apprezza i luoghi dove si respira storia. Ritengo che sarebbe un po' frustrante fare dei bagni termali lì di fronte e non poter accedere agli vecchi stabilimenti vecchi, che in fondo rappresentano la vecchia struttura urbana di Acquarossa. Si dice poi sempre che si farà qualcosa, si parla di resort e di vip ma in realtà... ho addirittura visto che adesso c'è una petizione per salvare i vecchi capannoni militari: posso capire che ci sono dei problemi di spazio, ma resto sempre abbastanza sconcertato dalla mancanza di progettualità che c'è. Ci dovrebbe essere uno stimolo sul fatto di lavorare su un grande territorio, con molte risorse, si potrebbe pianificare le varie zone... non avrei pensato che quella stradina sarebbe potuta diventare necessariamente il passaggio per la discarica! Però è così...

Tra l'altro, la prima testimonianza dei bagni termali di Acquarossa di San Carlo datata 1500, dove per indicare la posizione della chiesa, parla della sua vicinanza con dei bagni termali. Quindi, non si sa bene dove si trovava la chiesa ma significa che c'era già un'attività termale ben riconoscibile.

La nuova strada e il nuovo ponte hanno allontanato un po' il vecchio nucleo di Acquarossa. Quello che noi abbiamo voluto fare nel nostro progetto è investire nella zona del nucleo per creare delle nuove strutture di accoglienza, quindi trasformando alcuni edifici in camere particolari, e poi realizzare un nuovo blocco alberghiero, poco sviluppato nel nostro modello. Quest'ultimo era più che altro un elemento che permetteva di collegare la strada ai giardini dietro e di inserirsi nella definizione del fronte. Per quanto riguarda l'intervento principale ai bagni, l'idea era di posizionarli proprio sulla sorgente. Quindi, questo punto veniva ripresa la sorgente all'interno dello stabilimento e veniva rivisto il terrazzamento sopra per creare delle piccole passeggiate, eccetera. Quindi, in fondo, si creava una specie di muro di sfondo. L'edificio principale sarebbe stato rinnovato, con le camere e i bagni. Il piano terra sarebbe invece stato interamente dedicato al pubblico, con il ristorante e l'entrata dei bagni. È evidente che ad un certo punto il progetto di riferimento era quello delle Terme di Vals, che ad un certo punto ha fatto un cambiamento attorno agli anni Settanta da centro termale legato all'aspetto medico e composto da grandi piscine all'aspetto un po' più turistico e suggestivi, con elementi come i sassi ed evocando le grotte.

All'interno era prevista una fascia frontale con tutti i locali speciali, la sorgente all'entrata in cui era possibile bere direttamente l'acqua che sgorgava, gli spogliatoi separati e le piscine scavate nel terreno. Era pura prevista un'area più curativa.

La zona delle terme è in parte una zona rossa per le valanghe ed è impossibile costruire, mentre sul lato opposto c'è la zona blu dove è possibile costruire a determinate condizioni.

Crede che il rilancio delle terme sia l'unica possibilità per la Valle di Blenio di svilupparsi?

Io sostengo pienamente la via delle terme ad Acquarossa, ma non ad ogni costo. Forse abbiamo sempre un'idea un po' strana della nostra relazione con l'ambiente. Oggi si parla molto di dover salvare il pianeta, ma dovremmo innanzitutto cominciare a salvarci noi! Il pianeta si arrangia da solo... ad Acquarossa le acque termali sono diverse centinaia di anni che scorre e sgorga dalla sorgente, e magari si trova in molti altri posti che non conosciamo. Quindi non è un delitto lasciarla scorrere nel fiume come molti dicono. Ritorna alla natura e non comporta problemi. La cosa da vedere è se riusciamo a farne un uso interessante ed intelligente. Se è per convogliarla in uno pseudo centro turistico di alta gamma, secondo me sarebbe meglio lasciarla scorrere nel fiume Brenno. Non si renderebbe giustizia all'acqua stessa! Io la penso così!

Il parcheggio era posto al posto del panificio militare, anche perché tanto questo era un elemento aggiunto dopo e che poco aveva a che vedere con il resto delle infrastrutture, come del resto i capannoni militari in fondo. L'albergo sotto allo stabile principale, conosciuto all'epoca come la succursale dell'hotel, ha una posizione incredibile. Una volta si riusciva a collegare gli edifici con gli elementi naturali in modo molto efficace. Nel Settecento si era riuscito, seppur con pochi sassi e un po' di acqua, a creare un ambiente molto romantico. Una cosa che noi non siamo riusciti a creare con il nostro progetto, che era un progetto più che altro di natura intenzionale, voleva essere qualcosa di forte.

La nostra non era una provocazione ma un intervento volutamente radicale e deciso. Sono contento che partendo da questa possibilità comprovata ci sono stati altri studi sempre accademici, purtroppo, ma che ben presentano le potenzialità del luogo. Sarebbe bello riuscire a far qualcosa di qualificante con questa acqua e questo luogo, ma altrimenti è meglio lasciar perdere. È meglio concentrare le risorse su altri progetti con un po' più piccoli ma che possono offrire molto di più per quel che riguarda lo sviluppo della Valle di Blenio. Mi ricordo che da piccolo andavo sempre a giocare sotto le modine delle Terme, perché negli anni Settanta in Svizzera erano questi i progetti che andavano per la maggiore; non ci si poneva delle domande. Oggi invece c'è la possibilità di fare maggiori riflessioni. Come progetti più piccoli, penso che ci sono diversi ambiti in cui si può lavorare e creare dei posti di lavoro legati alla valle che possano incentivare altre attività. Invece il progetto delle terme è da una quarantina di anni che blocca un po' le altre iniziative... spesso diventa la scusa facile per dire di no ad altri progetti, perché tanto fra poco arriveranno le nuove Terme. Dopo un po' però può venire il dubbio che non sia la strada giusta. Adesso mi viene un po' la pelle d'ora quando sento che, in gran segreto, si sta ancora lavorando a nuovi progetti. Penso che non si sono più grandi segreti; bisogna coinvolgere le persone, quindi facendo il contrario di quello che si sta facendo adesso, e cercare di far fuoriuscire delle idee che possono stare in piedi.

ANNEXE XXVII : Entretien avec Gianluca Lepori, ancien directeur du Nara et actuel directeur de Ovronnaz Tourisme

Mi potrebbe descrivere in generale il suo periodo trascorso al Nara?

Avevo 24 anni quando ho iniziato; era il primo lavoro con un posto di responsabilità, pur avendo già lavorato nel settore. È stato il caso che arrivassi al Nara, dovevo restare 2 settimane e poi sono passati 5 anni... è stato un bel periodo, perché è stato il primo lavoro con responsabilità e di cui ci credi fino in fondo, è stato un periodo in cui con l'incoscienza o con la "naïveté" di 20 anni, e pensando che lavorando giorno e notte 7 giorni su 7, potrai cambiare il mondo. In realtà si lavora tanto e non si cambia tantissimo. Però mi è piaciuto molto!

Ci sono stati dei progetti, delle idee o delle proposte nuove rispetto a prima?

Nel periodo in cui ho lavorato al Nara ci sono state due cose importanti: rispetto all'esercizio invernale classico che c'era da sempre, abbiamo diversificato l'offerta rispetto allo sci, perché in quegli anni abbiamo aperto la pista delle slitte e in cui abbiamo iniziato a proporre i sentieri invernali verso monti. Questo lo abbiamo iniziato nel '94 fino al '98, perché già in quel periodo si vedeva la necessità di orientare la stazione verso qualcosa d'altro, oltre lo sci; credo che questo sia stato continuato.

In quel periodo abbiamo anche aperto e cercato di sviluppare la stagione estiva. Oggi ne parlano un po' tutti sul fatto che bisogna fare qualcosa in estate; noi la prima estate che abbiamo tenuto aperta la stazione è stato nel '94, e ogni anno si è migliorato sempre di più e si è aperto sempre di più. So che non è stato seguito o continuato solamente in maniera parziale. Tuttavia credo che erano due elementi essenziali per quel periodo, a parte gli investimenti per la seggiovia e altre cose... Riorientando l'offerta su altre cose rispetto lo sci, si è cercato di fare qualcosa per dare un futuro del Nara.

Quali sono secondo lei i punti forti del Nara?

Io sono comunque sempre convinto che l'aspetto principale sia l'aspetto paesaggistico, poiché il Nara è un bel posto. Questa non è una qualità eccezionale, nel senso che ci sono tanti altri bei posti, dunque è difficile far qualcosa semplicemente per la bellezza del posto; oltretutto non è una bellezza paragonabile a quella del Cervino o comunque qualcosa di eccezionale che si trova solamente in un determinato luogo. Però malgrado tutto il paesaggio dei monti è qualcosa di particolare, che non c'è in tutte le altre stazioni di questo tipo. Secondo me è attorno a questo aspetto su cui bisogna lavorare e anche alla connessione con il settore agricolo. Anche in questo senso avevamo cominciato a muoverci, proponendo la manifestazione "Ul Gir di Alp" e il Blenio Festival; bisogna mettere in valore qualcosa, poiché se si mette come punto focale solamente il paesaggio si diventa interscambiabili con le altre destinazioni. Il paesaggio del Nara è particolare perché ha le radici nell'agricoltura e non comprende unicamente la bellezza della montagna, ma proprio il fatto che su questa montagna si abita e si lavorava; si dovrebbe fare qualcosa in quel senso.

Nel 1975 era stato fatto un grande progetto poi sfumato a causa di una valanga; era rimasta quale proposta legata a quei progetti o non se ne parlava più?

Se ne parlava, ma non rispetto ai progetti del 1975, in quanto questi erano incentrati sulla costruzione del villaggio ex novo integrato nella zona Cancori; chiaramente con la valanga i progetti si sono fermati e non c'era la possibilità di realizzarli. Nel 1994, quando si è iniziato a svolgere degli studi sulla possibilità di cambiare la seggiovia, risultava difficile a causa del rischio di valanghe; era una cosa complicata, ci è voluto molto tempo e anche l'intervento politico per ottenere il permesso di rifarla. Quello che si è cercato di fare, ma non c'era la forza finanziaria per farlo, è stato quello di costruire qualcosa in zona Leontica, perché una stazione turistica che non ha posti letto è difficilissimo farlo

funzionare. Il turismo da giornata ha comunque dei limiti molto forti; all'epoca si registravano 30000-35000 entrate invernali, ma come fai ad averne di più se non hai gente sul posto? Oltre tutto anche se si volesse avere più gente, cosa che diventa comunque complicata perché non si sa dove andare a prenderla, bisognerebbe avere un'infrastruttura diversa sia a livello di strutture che di parcheggi.

La progettualità del 1975 era archiviata, ma la consapevolezza della necessità degli alloggi c'era. Avevamo tentato di fare qualcosa in questo senso anche a livello di Valle. In inverno per esempio si girava tutti i giorni con l'obiettivo di riempire perlomeno le strutture che c'erano già. È sempre difficile quando ci sono diversi interlocutori e le cose non funzionano immediatamente; noi aprivamo tutti i giorni (condizioni della neve permettendo), ma non tutta la Svizzera voleva occupare i posti letto in Ticino.

Tra l'altro la consapevolezza di dover creare maggiori posti letto era sfociata nell'iniziativa Blenio Rustici, che era stata lanciata quando io sono partito, ma il lavoro di progettazione delle strutture, di questa cooperativa, è stata fatta negli ultimi 2 anni in cui ho lavorato al Nara. Si voleva far funzionare almeno ciò che c'era in valle, ovvero essenzialmente i rustici. La consapevolezza che bisogna avere un turismo di soggiorno è importante averla, altrimenti si continua a dire che se fa bello c'è gente e se è brutto non c'è gente, ma questa storia a dei limiti, non esiste solo in Valle di Blenio! Ma tra avere la consapevolezza e trasformarla in fatti che funzionano economicamente è un altro paio di maniche! Comunque, pur non avendo seguito da vicino la vicenda, mi risulta che l'insuccesso di Blenio Rustici fu causato da aspetti complicati legati alla gestione che non avevano a che vedere con il potenziale dell'offerta. Se si lascia lo spiraglio si può dire che se fosse stata gestita in maniera corretta, non avrebbe comportato una rivoluzione, ma avrebbe comunque apportato qualcosa di interessante.

Che idea si è fatto in generale del turismo bleniese?

Ripeto, è un ricordo perché il tempo passa e si tende sempre a dimenticare qualche cosa. Ho comunque avuto l'impressione che c'era la voglia di far qualcosa. D'altra parte, la Valle di Blenio non ha mille possibilità di sviluppo... se lo si vuole davvero tra l'altro: da una parte c'è sempre una parte della popolazione che desidera lo sviluppo nell'interesse generale, e poi c'è una parte della che di sviluppo non vuole sentire parlare. Fino a quando non si chiarisce se la popolazione vuole veramente uno sviluppo, è chiaro che diventa difficile sapere se le persone aderiscono oppure no ad un progetto. Si parte dall'idea che tutto lo desiderano, che vi è la volontà, ma non sono convinto che sia così. Questo non è solamente un problema della Valle di Blenio, è generale.

Io mi ricordo comunque di persone che avevano voglia di fare. Bisogna comunque essere realisti; la Valle di Blenio è una zona periferica in Ticino. Il potenziale del turismo ticinese è legato ai laghi rispetto alla montagna. Perché malgrado tutto, se si vuole un turismo è nazionale, bisogna chiarire il fatto che di zone di montagna in Svizzera ce ne sono tante, molte di questo più attrezzate in termini di strutture rispetto alla Valle di Blenio. Per cui il Ticino viene identificato dalle persone che sono al di fuori soprattutto per le cose in cui si distingue, ovvero per le zone lacustri. Ci sono altri laghi in Svizzera, ma è difficile definire il Ticino come zona di montagna quando in realtà almeno la metà del turismo svizzero è fatto nelle zone di montagna dove le infrastrutture sono di miglior qualità. Rimane secondo me il turismo della Valle di Blenio resta un mercato di nicchia; come si fa a promuovere la Valle di Blenio al di fuori dei confini ticinesi come un posto "bello"? Il grigioni, il Vallese, l'Oberland bernese ... non sono zone brutte! Per cui vendere il Ticino come una regione di montagna non è un fattore eccezionale; la si può vendere come regione come le altre.

Tutto quello su cui si basa il turismo bleniese è tutto abbastanza standard, poiché si può trovare anche altrove... senza voler essere offensivi! La Greina è bellissima, però ci sono moltissime altre zone in Svizzera così! È difficile trasformare il turismo bleniese attuale in qualcosa di mille volte superiore, in cui affluirebbero turisti ovunque. A mio modo di vedere sarà comunque difficile farne qualcosa d'altro, poiché la Valle di Blenio non diventerà mai Locarno o

Ascona in termini di volume di turismo; potrà fare di più di quello che fa adesso, ma bisogna essere realisti rispetto a ciò che può fare una valle di questo tipo. D'altra parte, nessuna delle valli alpine ticinesi, in termine di volume turistico, sono molto forti. Chiaramente un bleniese affermerà che la Leventina gode di maggiori sussidi, ma è una stupidaggine a livello locale per dire che dall'altra parte del Pizzo Molare hanno avuto a disposizione un milione in più dal Cantone. Ma analizzando più in generale il contesto locale si può evincere come la Valle Leventina non sia poi conosciuta come la valle turistica per eccellenza in Svizzera. A livello paesaggistico si può dire che la Valle Blenio sia migliore rispetto a quella leventinese, se non altro a livello di fondo valle. Le due valli con maggior successo numerico sono la Valle Maggia e la Val Verzasca, non tanto perché son più belle ma perché sono vicine a Locarno e Ascona; se una persona desidera alloggiare in Ticino vicino alla montagna, ci sono maggiori probabilità che soggiorerà in Valle Maggia piuttosto che in Valle di Blenio, è logico! Non esiste una vera struttura turistica alberghiera in Valle di Blenio o comunque vicina! D'altra parte la realtà è relativamente piccola, non fortemente abitata e non particolarmente forte economicamente.

Quindi secondo lei la Valle di Blenio potrebbe inserirsi in un contesto globale a livello ticinese?

Nel periodo in cui lavoravo al Nara, il cantone distingueva il turismo dallo svago. Per cui le regioni come la Valle di Blenio erano più predisposte allo svago rivolto alla popolazione cantonale piuttosto che al turismo, inteso come far venire le persone per fargli mostrare qualcosa. Questa distinzione in fondo ha un senso; se si vuole intendere il turismo di persone come un processo che prevede lo spostamento di un flusso di gente per una certa distanza per visitare un determinato luogo, diventa difficile posizionare la Valle di Blenio! Il progetto del Park Adula poteva essere un altro paio di maniche ma non è stato portato fino in fondo... in realtà tutti i progetti di parchi nazionali non sono andati a buon fine per ora.

Secondo me la Valle di Blenio è una zona più portata allo svago, non solo per la clientela ticinese ma anche per quella della svizzera interna che abbia già un legame con la valle. Altrimenti bisogna cercare la clientela che vada in vacanza, ma bisogna sapere dove va in vacanza: di albergheria non c'è quasi più niente... il tentativo fatto con Blenio Turisti era quello di aumentare la capacità di trovare le persone, perché non si può accogliere i turisti se non si hanno gli alloggi, bisogna essere chiari!

Ad esempio, quando si dice che a Zermatt ha l'attrazione del Cervino è vero; però ci sono un centinaio di alberghi, e questo significa che ci sono 100 albergatori che cercano clienti. Non si può fare turismo se nessuno cerca la gente, e non la si può cercare solo a livello teorico con un sito internet; c'è bisogno dell'aspetto commerciale, e questo lo può fare solamente chi ha il letto alberghiero da offrire, perché è lui che può fare un'offerta con un determinato prezzo! Ma non se non si ha una struttura alberghiera che offre dei posti letto con un comparto commerciale che funziona, che turismo è? È qui, secondo me, che bisogna fare attenzione; quando si parla di Zermatt dicendo che c'è il Cervino, bisogna anche sapere che in Italia c'è la località di Cugnaga che è associata al Monte Rosa, montagna probabilmente più bella del Cervino. Ma non ci sono alberghi e quindi nessuno cerca i clienti, ragion per cui Cugnaga non lo conosce nessuno, pur essendo più bello!

Si può fare lo stesso parallelismo con la Valle di Blenio; chi cerca clienti in valle? Quando i privati affittano ad altri privati va un bene, ma chi è il privato affitta? Sono quelli che già conoscono la valle! Oltre tutto il privato che affitta non è commercialmente molto dinamico, perché non è che cerca i clienti tramite internet, mettendo l'annuncio su 2 o 3 piattaforme adattando i prezzi. Blenio Rustici era stato pensato per disporre di un comparto commerciale legato all'affitto dei rustici; oggi se si vuole andare in valle e alloggiare in un rustico lo si può trovare, ma lo si deve volere proprio ad ogni costo perché non si tratta di un'operazione facile! Per fare turismo bisogna avere gente che cerca turisti... ma se vengono cercati a livello dell'ufficio turistico, poi dove alloggiano? Questo elemento manca se lo si cerca, ma in fin dei conti perché manca? Manca perché alla fine fa difetto il potenziale; anche disponendo di una struttura con 150 posti

letto e applicando una gestione ottimale, come si riesce a trovare le persone che la occupino? È dura, soprattutto su tutto l'arco della stagione. Questo è già difficile nelle zone turistiche più blasonate; di Zermatt ce n'è solo una in Svizzera! Non lo si dice molto volentieri, ma è un settore in cui si fa molta fatica!

Durante il suo periodo al Nara c'era stato l'ennesimo progetto legato alle Terme di Acquarossa...

Io sono sempre stato molto scettico riguardo la storia delle terme in Valle di Blenio. Secondo me le terme in Valle di Blenio sono il "Gesù Bambino" della valle; appena si mette piede nella Valle del Sole ci si sente dire che una volta c'erano le terme e che bisogna rilanciarle per cambiar le cose. In realtà si idealizza molto l'apporto che potrebbe garantire un centro termale. Questa storia è un po' come aspettare l'avvenuta del Messia! Oggettivamente, se le terme fossero state rilanciate sarebbe stata sicuramente una cosa positiva per la Valle di Blenio, ci mancherebbe altro. Però il fatto di voler mettere tutte le speranze, le risorse e le aspettative in un solo progetto (che oltretutto non è mai stato vicino alla concretizzazione, perché dopo quasi cinquant'anni siamo ancora qui a parlarne!) mostra le difficoltà nel passare finalmente oltre questa struttura delle terme e far rivivere la valle nel suo insieme. Tra l'altro, secondo me è peccato mettere tutte queste aspettative in questo progetto senza rendersi conto che comunque è l'insieme della valle a doversi sviluppare; le terme oggi in Valle di Blenio, e lo dico in maniera provocativa, non verranno perché in questa valle non c'è niente! Il problema è sempre quello; la valle aspetta le terme per svilupparsi, ma le terme non verranno perché non c'è niente! Chiaramente quando dico che non c'è niente non voglio assolutamente dire che non sia un bel posto, ma a livello turistico un investitore con 100 milioni di franchi non penso sarebbe molto convinto di investirli nella Valle di Blenio: con questo montante si compra un albergo a Zermatt e riduce notevolmente i rischi!

In un periodo di piena espansione turistica, in cui c'è gente che vuole mettere i soldi ma non ci sono più i progetti su cui investire può andar bene anche un progetto in cui si crea tutto da zero come ad Acquarossa. Ma oggi non siamo assolutamente in questo contesto... Inoltre anche in Ticino questo settore è cambiato; quando si parlava delle terme una ventina di anni fa, tranne un paio di piscine pubbliche nei centri non c'era niente. Oggi invece anche solo in Ticino quasi tutti gli alberghi nelle zone turistiche si sono muniti di una parte SPA, chiaramente non grande come un centro termale ma ci sono! A Locarno, da quel che so, sono inoltre state fatte delle terme pubbliche, ed anche se si può dire che l'acqua non sia la stessa, "chissenefrega" dell'acqua! C'è pure lo Splash&SPA, molto più ludico di quel che si voleva fare ad Acquarossa ma intanto esiste! Per cui bisogna chiedersi se ci sia effettivamente il mercato per fare qualcosa ad Acquarossa di davvero attraente...

Secondo me c'è sempre stato un approccio passivo in valle a causa dell'attesa delle terme. Ma in ogni caso le terme da sole non vengono realizzate; alcune persone ci hanno creduto, il comune ha cambiato il piano regolatore, ma costruire la struttura è ancora un'altra cosa! Fondamentalmente, chi viene ad investire diverse decine di milioni per realizzare un centro termale in una zona che a livello turistico generale è sconosciuta... alcuni dicono che le vecchie terme erano conosciute, ma son morti tutti quelli che visitavano le terme quando erano ancora aperte! Tranne la gente della valle che vede ancora la vecchia struttura, chi vuoi che venga a conoscenza di questo centro? Non si può recuperare una reputazione degli anni Settanta per lanciare una struttura nel 2020... con la chiusura delle vecchie terme si è perso il treno, poi recuperarlo è dura.

Forse sino agli anni 2000 credere nelle terme era un po' più legittimo, nel senso che il trend di questo settore in quegli anni era in crescita e permetteva un certo sviluppo turistico. Oggi per contro bisogna essere molto più prudenti, perché il mercato del termalismo è di nuovo in fase di stagnazione; chi ad Ovronnaz per esempio è in difficoltà. Questo perché ciò che pareva eccezionale negli anni Novanta è divenuto lo standard di base di oggi; qualsiasi hotel di un certo standing oggi offre servizi SPA (non si possono proprio definire terme perché l'acqua deve essere calda dalla sorgente), ma chi nota la differenza? Bisogna essere onesti, per finire si tratta della stessa cosa! Per cui non esiste più questo

mercato in cui tutti volevano andare alle terme perché si trattava di qualcosa di eccezionale; oggi ciò che viene fatto nei centri termali viene pure fatto in tutti gli alberghi di un certo tipo! Oggi il termalismo non è più eccezionale, per cui se si vuole puntare tutto su quello bisogna essere molto attenti. Oltre tutto, sempre tenendo in considerazione il fatto che Acquarossa non è Zermatt, bisogna rendersene conto. Inoltre questo comune non è neppure il centro turistico a livello di Valle di Blenio; cosa c'è ad Acquarossa di turistico? Significherebbe costruire tutto da zero... Questo è un problema che si poteva già intravvedere all'epoca: se si realizza un'infrastruttura di questo tipo dove non c'è niente, si rischia di creare un'"isola", quindi un interscambio turistico con il resto della valle sarebbe comunque difficile; si attirerebbe una clientela che soggiorna unicamente nel centro, perché i frequentatori di questi centri non usufruiscono molto di altre attrazioni, lo constatiamo molto anche qui ad Ovronnaz). Chi viene espressamente per i bagni termali non escono praticamente mai dal centro! Chi viene per visitare le montagne e disporre anche di un centro Wellness interagisce con il resto della località. Ma in Valle di Blenio, con cosa si interagirebbe?

Questo è il mio punto di vista, ma sono comunque passati vent'anni per cui non voglia giudicare, si tratta più che altro del sentimento che avevo all'epoca; tutte le volte che si proponeva di far qualcosa ci si sentiva rispondere che una volta rilanciate le terme tutto sarebbe funzionato al meglio... e intanto il treno passa sotto al naso! Non ho nessuna voglia di dire che non bisogna più crederci e di far il contestatore; però le terme sono chiuse ormai da cinquant'anni e si corre sempre dietro a questo fantasma degli anni '70... ma il turismo nel frattempo è cambiato molto, e a dire il vero era già cambiato prima della chiusura perché l'apice di questo centro termale fu ben prima. Secondo me è più un fatto di nostalgia che altro; c'è sempre questo pensiero secondo il quale prima tutto funzionasse meglio, ma guardando le cose con un po' di distacco ci si accorge come nemmeno prima le cose in Valle di Blenio andavano bene! Se la Valle di Blenio oggi è economicamente debole è perché è da tanto tempo che è in questa situazione, non è che una regione si indebolisce da un giorno all'altro! Questo potrebbe essere più il caso della Leventina, perché con l'avvento delle grandi vie di comunicazione legate al traforo del Gottardo ha avuto un incremento importante del settore industriale. La Valle di Blenio ha avuto solamente la Cima Norma... ma la storia della Valle di Blenio non ha mai avuto un periodo in cui c'erano tanti alberghi, tante fabbriche e tanti turisti... è un po' un mito. Secondo me la gente che ancora oggi parla delle terme è più legata al passato.

Tra l'altro, e lo dico con onestà, ero a conoscenza del progetto del ParcAdula perché se ne era parlato a livello nazionale; qui c'era stata la proposta del Parc Nation des Mouvrons, che è stata liquidata ancor più velocemente del ParcAdula. L'oggetto non è nemmeno andato in votazione, i cacciatori hanno minacciato i promotori sin dall'inizio. Secondo me anche qui è stato un errore completo a livello turistico, perché il Parco Nazionale permette un salto di qualità a livello turistico; non dico che bisogna farlo ad ogni costo, ma se si vuole sviluppare il turismo bisogna disporre di argomenti. Se la valle non vuole sviluppare il turismo è libera di dir di no al ParcAdula, non è un problema. Bisogna però rendersi conto che per avere un turismo che possa funzionare nei prossimi decenni non bisogna andare a cercare il modello della Belle Époque degli anni '30-'40, ma bisogna andare a cercare il modello che possa funzionare anche in futuro!

Probabilmente il ParcAdula avrebbe permesso di posizionare la Valle di Blenio su una carta turistica svizzera, cosa che oggi non è possibile, perché bisogna già conoscerla prima per poter affermare che sia interessante. Qui è stata la stessa cosa; avremmo potuto posizionare questa zona in maniera particolare, poiché al momento di parco nazionale in Svizzera ce n'è solamente uno; diventando il secondo si resta ugualmente visibili. Chiaramente se vengono fatti dieci parchi a nessuno interesserebbe farlo. Come dicevo prima, in fondo bisognerebbe semplicemente capire se c'è veramente la volontà di svilupparsi oppure no; ogni volta che bisogna fare delle scelte, si ha sempre una parte della popolazione che resta ancorata a quello che si fa oggi (se non prima) e non è d'accordo di cambiare completamente.

Alcuni anni prima dell'acquisto da parte del comune di Acquarossa degli impianti del Nara c'erano state diverse proposte sul da farsi della stazione per l'avvenire. Mi era stato chiesto il mio parere; io in maniera un po' provocatoria dissi che se si voleva fare una stazione sciistica come è intesa oggi bisognava praticamente buttare via tutto e ricominciare da zero, altrimenti bisognava cambiare completamente il paradigma abbandonando completamente lo sci alpino e puntare tutto sul concetto della slitta per l'inverno. Per quanto riguarda l'estate invece sono dell'idea che i costi di gestione siano minimi, per cui è un peccato lasciar cadere questo aspetto, oppure proporlo solamente un anno ogni due. Per l'inverno, la slitta prevede un approccio differente rispetto allo sci; se per gli sciatori che scendono da una pista in tre minuti pesa il fatto di dover fare venti minuti di seggiovia, per chi pratica la slitta non è così! Inoltre sarebbe l'unica stazione in zona a proporre una tale attività; ce ne sono un paio nei Grigioni, ma non sono dei concorrenti diretti! Non dico che deve per forza essere il modello del futuro, ma malgrado i vari fallimenti avvenuti per la stazione mi fu risposto che lo sci alpino non si poteva assolutamente abbandonare... è una cosa che capisco, ma se non c'è un'apertura a cambiare completamente... le cose che funzionano oggi non funzioneranno per forza domani! Se si sceglie di voler puntare su un settore come quello turistico bisogna anche avere il coraggio di prendere qualche decisione un po' forte.

Chiaramente nel caso di un Parco Nazionale, non si può vendere un progetto di questo tipo dicendo che non ci saranno delle conseguenze per nessuno; non è vero! Chiaramente un parco del genere limita alcune attività, ma ad un certo punto bisogna mettere tutto su una bilancia; si vuole questo sviluppo turistico o no? Se lo si vuole, non si può usufruire di questo sviluppo senza dei cambiamenti, non si può aspettare i turisti senza far nulla. Se per contro non lo si vuole va bene anche così, si può anche dire che in fondo la Valle di Blenio va bene anche così, non è che il turismo sia necessario per questa valle, è piuttosto un'opportunità, un'opzione. Però a questo punto bisogna anche chiedersi come mai i turisti non vengano, perché non c'è nessuna ragione per cui dei visitatori debbano recarsi in valle! Va anche bene dire che la valle funziona così; c'è un settore agricolo efficace, una parte di popolazione che vive in valle lavorando altrove... perché no! Però allora bisogna anche avere il coraggio di dirlo chiaramente! Non bisogna voler vivere in questo modo ma attirare anche i turisti senza far nulla. Questa storia non può funzionare, ma non è solamente una problematica della Valle di Blenio! Oggi la popolazione spesso non vuole far concessioni in nessun contesto, però non capisce come mai le cose non funzionano... se non si fa qualcosa, non cambierà mai niente!

Non so se concentrare tutto al Nara sulle slitte sarebbe stata l'idea migliore, però continuare sempre con lo stesso modello senza mai cambiare niente aspettando che i risultati arrivino per conto loro non è possibile! Secondo me quello che è peccato oggi (e non riguarda solamente il Nara, potrebbe essere anche il caso di Ovronnaz) è che se non si cambia niente, non si aumenterà mai l'afflusso di persone ed anzi a termine diminuirà. Il Nara è stato realizzato negli anni del boom dello sci, ovvero a fine anni '60; oggi, tranne la prima seggiovia che in realtà è solamente un po' più veloce e comoda, non si può aver successo con qualcosa che è stato fatto con le conoscenze e la maniera di fare e vivere degli anni '60-'70. È chiaro che le cose non hanno la possibilità di svilupparsi! Si può far funzionare la stazione come negli anni Settanta, non è un problema in sé, ma poi il fatto che ci sia sempre meno gente è un'evidenza! Chi ha voglia di vivere come negli Settanta oggi? Anche se sono tutti nostalgici, nessuno è d'accordo di fare le cose come cinquant'anni fa. È per questo che se non si cambia paradigma, a termine quando anche l'ultimo bullone non terrà più, tutto scomparirà, e non ho nessun piacere a dirlo!

La stazione del Monte Tamaro, anche se è discutibile il fatto se sia stata una buona idea o meno, ha avuto il merito di chiedersi ad un certo punto cosa fare, dopo 25 anni di impianti di risalita; c'è stata questa messa in questione per sapere cosa fare. Anche per loro è stato difficile immaginare la stazione senza lo sci alpino, esattamente come il Nara, però hanno il merito di essersi resi conto che non si poteva più andare avanti con delle infrastrutture datate fino al 2171 senza cambiare niente, pensando che la gente continuasse a venire. O si investe tanto per mettersi al livello delle più moderne stazioni di sci, oppure si cambia modello. Spesso questa discussione non si riesce a realizzarla, anche perché

il settore turistico implica molti aspetti emotivi. Chi si prende la responsabilità di cambiare modello? Anche qui in Vallese ci sono delle stazioni sciistiche che non funzionano correttamente ma che non si “riescono” a chiudere...

E la stazione del Nara deve fare i conti con la concorrenza della SkiArena di Andermatt...

Per chi abita in Valle di Blenio, per recarsi ad Andermatt deve scendere a Biasca per poi risalire la Leventina (o al limite fare il Lucomagno), ma il turista che viene in Valle di Blenio non è già in Valle di Blenio, per cui quando arriva a Biasca, se vuole fare dello sci alpino con i criteri di oggi, aggiunge anche mezz'ora al suo itinerario per andare ad Andermatt... c'è un approccio troppo romantico riguardo alle motivazioni che dovrebbero spingere uno sciatore a recarsi al Nara!

Campo Blenio è un caso ancora diverso, poiché la clientela nel suo caso usufruisce di questa stazione per imparare a sciare, e per farlo basta anche solo un “pratone” bianco. Ma il Nara non si può nemmeno posizionare come stazione per principianti perché non è comunque adatta più di quel tanto a questo livello di sciatori. Sia a livello di topografia che a livello di impianti non è un posto interessante per chi desidera imparare a praticare lo sci piuttosto che lo snowboard. Per cui il Nara deve competere con la clientela che va ad Andermatt; come si fa? Alcuni poi sostengono che ad Andermatt tutto costa di più; è chiaro che è tutto più costoso, per fortuna che sia così, ma non è certo un argomento! Perché lo sciatore che si reca nella località urana possiede in auto perlomeno 3000 franchi di equipaggiamento sportivo... e quindi non gli pesano quei 10 franchi in più sul costo della giornaliera! È chiaro, tutti affermeranno che è uno scandalo il fatto di dover pagare 70 franchi per una giornata di sci, ma questo non cambia niente; dal momento che si sceglie la stazione, il prezzo non è l'argomento principale! Scegliere tra il Nara piuttosto che Andermatt perché costa 10-15 franchi in meno... nessuno fa questo ragionamento! Il costo della benzina è simile, come pure le spese legate al pranzo... se si dovesse guardare unicamente il prezzo della stagionale non si posterebbe più nessuno per andare a sciare!

Quello del prezzo è un argomento solamente per i principianti, perché se si hanno dei bambini piccoli, non è necessario spendere 80 franchi di giornaliera quando bastano 100 metri di prato per fare pratica. Questo è il vantaggio per Campo Blenio, ma per il Nara non è certo un argomento...

Passiamo alla regione in cui lavora oggi; Ovronnaz offre molto su tutto l'arco della stagione...

Ovronnaz è una stazione particolare, perché è un po' quello che sarebbe potuta diventare la Valle di Blenio (con le dovute proporzioni); negli anni Novanta è stato realizzato il centro termale di Ovronnaz. La particolarità di questo centro è che ad Ovronnaz in verità non c'è l'acqua termale; la sorgente è molto vicina a quella di Saillon, e l'acqua viene pompata fino ad Ovronnaz. Questo fatto secondo me, al di là di quello che è successo dopo, mostra comunque una certa visione e una certa volontà di sviluppare il turismo ad Ovronnaz, perché già ai tempi ci si era chiesto se qualcuno fosse disposto a trascorrere le proprie vacanze sul fondovalle tra l'autostrada e la ferrovia. Si era capito che il problema non era attrarre la gente alla sorgente termale ma portare i bagni termali dove la gente potesse far qualcosa. In fondo c'è un parallelo con il centro termale di Acquarossa!

Per cui si è pompata l'acqua fino ad Ovronnaz ed è stato costruito questo centro termale. Prima della realizzazione di quest'opera si trattava di una località interscambiabile, con un comprensorio sciistico relativamente piccolo in confronto alla realtà vallesana. Con la costruzione dei bagni termali i pernottamenti sono raddoppiati nello spazio di due anni, anche perché il centro termale è stato costruito con un comparto di posti letto da affittare direttamente in loco; il primissimo anno c'erano pochissimi posti letto e c'era praticamente solo la parte riguardante le piscine e la ristorazione. Chiaramente ciò non funzionava perché come al solito c'era l'offerta ma non la gente sul posto. Cercare le persone che vengono espressamente per una sola giornata è comunque sempre più difficile, per cui si è sviluppata fortemente la

parte para-alberghiera, fino a 400 posti letto gestiti dal centro. Fino a quel punto i pernottamenti sono aumentati fortemente; inutile dire che questi pernottamenti hanno avuto effetti benefici anche per il comprensorio sciistico perché in parallelo allo sviluppo del centro pure gli impianti hanno registrato il doppio dei passaggi.

All'inizio degli anni 2000 (io sono arrivato nel 1998) ci siamo resi conto che "vivevamo" troppo di rendita con l'effetto dei bagni termali; prima la società era in difficoltà, poi la clientela è raddoppiata grazie al centro termale ma poi ad un certo punto il comprensorio sciistico non era più all'altezza ed anche i passaggi hanno smesso di crescere. Per cui si è proceduto ad una fase di investimenti che ha permesso di sviluppare la nostra clientela nel contesto di una stazione che andava relativamente bene. Abbiamo aumentare di circa il 35% la frequentazione invernale; parallelamente abbiamo sviluppato lungo un periodo di 5-6 anni anche il concetto legato all'estate. È per quello che dicevo che non si può promuovere la stagione estiva solamente un anno ogni due; quando ad Ovronnaz abbiamo cominciato a proporre la stagione estiva avevamo 7000 passaggi, e alla fine dello sviluppo estivo abbiamo toccato quota 35000. Ma non siamo passati a questa cifra da un anno all'altro! Per dare un'idea del contesto, l'ultima stagione estiva per cui ho lavorato al Nara ha registrato 12000 passaggi, partendo da zero 3 o 4 anni prima; è chiaro che ci vuole il tempo, anche se il potenziale non è lo stesso dato che ad Ovronnaz ci sono i pernottamenti mentre al Nara no.

Quello che è successo dopo è un po' più complicato; fino agli anni 2010 abbiamo avuto una crescita praticamente costante, per poi essere stati assorbiti nella grossa crisi del turismo di montagna in Svizzera, dovuta al periodo che ha seguito la crisi dei subprime e soprattutto il duro colpo del franco forte. Ad un certo punto si era scesi ad un franco equivalente ad un euro, poi si è fissato il minimo a 1,20; bisogna però ricordare che si è comunque passati da 1,65 franchi a 1,20... le vacanze in montagna in Svizzera sono diventate fuori prezzo, questo senza che noi alzassimo i prezzi! Da quel momento la nostra località ha avuto diverse difficoltà; anche se si dice sempre che Ovronnaz viva di turismo nazionale e non internazionale, ciò è assolutamente falso! Non solo per il fatto che anche noi accogliamo turisti europei, ma perché il turismo in montagna in Svizzera in generale vive soprattutto del turismo internazionale, per forza! Mica si può far vivere tutte le località dai Grigioni al Vallese solamente grazie agli zurighesi e ai luganesi!

Nelle grosse stazioni dove si sono molte infrastrutture alberghiere, più del 40% della clientela era europea; se ci si ritrova sullo stesso mercato in cui una parte dei concorrenti perdono nello spazio di 2 anni il 20-25% della clientela europea, ad un certo punto le vacanze ad Ovronnaz avevano lo stesso prezzo di quelle a Zermatt, perché se l'albergatore di Zermatt (ed è per questo che prima parlavo dell'importanza della parte commerciale) che ha i costi fissi per poter tenere aperta la propria struttura registra un calo dei clienti allora incomincia a vendere a qualsiasi prezzo! Ad un certo punto, la differenza di prezzo che "separava" le grandi stazioni a quelle piccole è sparita; la stazione piccola non può permettersi di abbassare troppo i prezzi altrimenti non riesce nemmeno a pagare il personale, mentre la stazione più grande ha ricominciato ad applicare i prezzi da stazione piccola per attrarre la clientela svizzera. La conseguenza è chiara; se un turista svizzero deve scegliere tra la Valle di Blenio e l'Engadina e il prezzo globale della vacanza (non solamente dello skipass) è uguale, probabilmente il visitatore sceglierà la destinazione grigionese. Non è che tutti scelgono il luogo dove trascorrere le proprie vacanze solo per fare un piacere all'albergatore del posto...

Tutto il settore è stato confrontato con una perdita molto importante dei pernottamenti. Si è sempre detto che le grandi stazioni in termini assoluti abbiano registrato le maggiori perdite; questo dato è bugiardo perché la località di Zermatt realizza un terzo dei pernottamenti di tutto il Vallese, per cui anche se in termini assoluti registra la maggior perdita ci "svuota" comunque tutto il resto del Vallese! La loro perdita del 5% (che è tanto) equivale al nostro 10-15%!

Per cui dagli anni 2010 è diventata difficile per tutti, soprattutto per le piccole stazioni che hanno perso una grande capacità d'investimento e di rinnovamento. Il nostro centro termale durante quasi 6-7 anni non ha più potuto investire ed ha dovuto abbassare di molto i suoi prezzi per poter tornare a generare dei pernottamenti; oggi il centro fa meno

pernottamenti di prima ma soprattutto fa molta meno cifra d'affari poiché i prezzi sono molto più bassi rispetto a 7-8 anni fa. E chiaramente un settore senza investimenti equivale ad una perdita di velocità, che a sua volta implica il trasferimento della clientela in località in cui ci si muove maggiormente; le stazioni grandi in questo senso sono avvantaggiate perché comunque dato il loro volume riescono ad investire meglio su strutture che già di base sono migliori. Onestamente è diventato tutto difficile.

Un anno e mezzo fa il franco ha leggermente risalito la china e anche noi abbiamo avuto un leggero rialzo. Ma non so in che direzione si andrà... gli anni di difficoltà ci sono stati e la struttura di accoglienza non è più la stessa. Ci sono agenzie che affittavano gli appartamenti che hanno chiuso in questi anni... anche se ora il mercato sembra andare un po' meglio non si torna alla situazione attuale! Le cose sono cambiate...

Per quanto riguarda il centro termale bisogna sapere che i 400 posti letto non appartengono tutti all'infrastruttura; sono stati costruiti dal centro ma sono poi stati venduti alle casse pensioni, a cui la struttura termale garantiva una rendita annua fissa abbastanza interessante. Queste rendite però si sono abbassate, seguendo il trend economico generale, ragion per cui alcune casse pensioni hanno venduto i propri appartamenti non rendendoli di fatto più disponibili come alloggi alberghieri. Se prima il centro termale aveva un tasso di occupazione annuo di circa 85%, oggi questa percentuale si attesta al 65%, che non è male come dato in sé, ma è generato con 100 posti letto in meno! Per cui se si prende in considerazione la stessa base statistica oggi il tasso di occupazione corrisponderebbe al 45-50%! Quando il centro termale è relativamente pieno (cosa che succede spesso, specie nei weekend), in verità ci sono 100 posti letto in meno! E all'intera località turistica queste 100 persone ogni giorno del fine settimana mancano! Probabilmente abbiamo stabilizzato la perdita di pernottamenti, ma predire oggi dove andremo a finire è molto difficile.

Oltre all'attività termale, su cosa si basa l'offerta turistica di Ovronnaz?

L'inverno è legato alle attività invernali classiche: lo sci alpino rappresenta la parte principale in termini assoluti e relativi, anche se tutte le altre attività come le passeggiate sulla neve si sono sviluppate molto negli ultimi anni. Rappresentano però ancora una percentuale relativamente bassa rispetto a quella degli sciatori classici. Per cui d'inverno funzioniamo come stazione invernale classica, con i bagni termali in più.

Anche per l'estate siamo una località di montagna classica, in cui l'attività principale è quella dell'escursionismo. Anche qui bisogna stare sempre molto attenti; le difficoltà per le stazioni sciistiche sono praticamente note a tutti, e ognuno oggi da la propria ricetta su come sviluppare il concetto di estate per una stazione sciistica, per cui ci sono sul mercato proposte di ogni tipo e si perde di vista quello che poi è essenziale, che è l'escursionismo, la passeggiata a piedi. Questa resta l'attività "sportiva" più praticata dalla popolazione svizzera in generale a più livelli; il fatto di camminare è un fatto abbastanza presente nella nostra popolazione. Per cui anche quando abbiamo provveduto ad aggiungere altre attività come la trottinette e lo zoo per i bambini, ci siamo resi conto che non dovevamo perdere di vista l'attività principale perché comunque anche chi usufruisce delle trottinette in realtà prima è andato a farsi diverse passeggiate nella nostra zona. Queste attività supplementari sono importanti ma restano "di contorno". Oltre tutto, ci sono due aspetti che caratterizzano la nostra clientela. Il primo è il centro termale (perché rappresenta comunque la più grossa differenza fra noi e le altre località) e il fatto che questa infrastruttura proponga comunque un tipo di attività rivolto prevalentemente ad una clientela piuttosto adulta (non necessariamente anziane). Perciò la località in generale di Ovronnaz deve essere coerente; se si proponesse un'attività sportiva estrema ci si indirizzerebbe ad un tipo di clientela che non frequenta Ovronnaz, per cui non si potenzierebbe l'offerta turistica ma la si dividerebbe in due, e sarebbe un'operazione inutile.

L'altro aspetto sta nel fatto che l'elemento generatore essenziale di pernottamenti ad Ovronnaz sono le residenze secondarie, aspetto peraltro molto simile alla Valle di Blenio. I residenti secondari più frequenti sono le famiglie; chi

compra le case di vacanza se è da solo? Ce ne sono alcuni, però al giorno d'oggi la coppia di trentenni come priorità non ha in programma l'acquisto di uno chalet; ne approfitta ancora per viaggiare. La casa di montagna spesso la si acquista quando si hanno dei bambini oppure può essere ereditata dai nonni. In ogni caso anche in questo caso bisogna essere coerenti a livello di località proponendo un'offerta turistica rivolta ad un tipo di clientela relativamente "classico". C'è pochissima clientela giovane e pochi giovani adulti.

La vostra strategia prevede una promozione particolare per le residenze secondarie?

Ci sono delle agenzie per l'affitto, anche se a dire il vero ce n'erano di più e si affittava di più qualche anno fa. Questo è un modello in profonda mutazione; fino agli anni 2000 c'era una grande volontà nel possedere una residenza secondaria, e parallelamente il mercato degli affitti era ugualmente in ascesa e le agenzie funzionavano relativamente bene. Oggi è diventato tutto più difficile perché l'affitto apporta poco nelle tasche del proprietario della residenza; il mercato è cambiato, i volumi sono diminuiti e il modello classico dell'affitto tramite l'agenzia è messo in discussione, perché l'agenzia chiede (giustamente secondo me) una commissione importante sull'affitto. Per il proprietario ciò che rimane in termini assoluti è poco, per cui cala la sua motivazione nel rivolgersi ad un'agenzia, poiché pensa che mettendo semplicemente l'annuncio in internet possa ricavare il 100% dell'affitto invece del 50-60%. Tutto però diventa un circolo vizioso; il semplice privato su internet non possiede i canali giusti per la promozione, la procedura diventa complessa perché deve essere presente sul luogo al momento della presa in consegna o nei casi di problemi... quello che si constata oggi è che molto spesso i proprietari delle residenze secondarie che affittano rimangono molto delusi da quello che ottengono e preferiscono smettere.

Oggi ci sono molte meno residenze secondarie turistiche in affitto rispetto a dieci anni fa, considerando che il parco immobiliare si è stabilizzato in ragione della lex Weber. Però secondo me c'è almeno la metà degli appartamenti che non sono più in affitto. Ci sono molti proprietari che cercano di affittare per tutto l'anno o comunque per la stagione intera; l'affitto rende di meno rispetto alla settimana singola, ma perlomeno il "carico di lavoro" del proprietario è minore. Ma anche questi appartamenti restano spesso sfitti.

Oggi in realtà i pernottamenti generati dalle residenze secondarie sono prodotti dai proprietari stessi. È un modello davvero in difficoltà oggi. Bisogna anche dire che la clientela è cambiata; se si affitta un appartamento di un privato tramite un'agenzia, spesso si trova un alloggio che non corrisponde alle attese! Non sono sicuro che questo mercato oggi rispecchi le esigenze della gente. Alla fine è sempre un circolo vizioso; se il proprietario guadagna poco, sarà poco motivato a "investire" sul suo appartamento per rinnovarlo. Se un affitto non permette nemmeno di coprire le spese di condominio, il privato difficilmente provvedere al rifacimento del pavimento per esempio; il cliente si ritroverà di conseguenza un appartamento datato anni '90 o nei migliori dei casi 2000, quindi vecchio di ormai 20 anni. È un modello che diventa complicato anche perché oggi va tutto molto velocemente, per cui ci si ritrova subito con degli appartamenti poco attrattivi su un mercato che comprende comunque anche appartamenti moderni; la Swisspeak Resorts di Vercorin ad esempio costruisce degli immobili residenziali da affittare. Queste infrastrutture sono nuove! Qualche appartamento funziona bene, ma la grandissima maggioranza difficilmente viene affittata all'infuori del periodo di Natale e carnevale.

In Valle di Blenio un oggetto di discussione legato alle residenze secondarie sono le tasse di soggiorno. Questo elemento fa discutere anche a Ovronnaz?

Sì, perché il turismo deve essere finanziato e per farlo bisogna mettere in piedi un sistema fiscale volto a far partecipare il turista alle spese. In Vallese la tassa di soggiorno esiste da sempre ma la polemica su questo elemento è abbastanza recente perché fintanto che il turismo si sviluppava in modo molto forte con nuove costruzioni e grandi afflussi di visitatori, della tassa di soggiorno importava poco a nessuno. Dal 2012 invece da quando non si sono più realizzate nuove costruzioni e il settore è in ricrescita c'è il bisogno di nuove risorse finanziarie, quindi si è pensato di

andare a tassare la gente, perché questa procedura è relativamente facile; quando si decide di tassare bene o male qualche entrata in più la si registra.

Il problema è che si ha questo turismo di case secondarie che non si è ancora capito come trattarlo a livello di tassa di soggiorno; chi soggiorna per due o tre notti lo si fa pagare qualcosa in più e non c'è problema, perché questa tassa esiste ovunque; anche negli alberghi viene sempre aggiunta una piccola tassa alla fattura, ma in realtà nessuno si scandalizza perché fa parte delle cose da pagare. Bisogna inoltre dire che la durata delle notti in media sta diminuendo, per cui quando si deve pagare la fattura la tassa non ammonta a una cifra alta. Il problema è come viene trattato il pagamento del residente secondario; si è cercato di rendere obbligatorio il pagamento con l'introduzione di un forfait. Il problema del sistema a forfait è che qualcuno si ritrova a dover pagare di più di quel che dovrebbe, e tanti pagano di meno. Ma il dibattito ovviamente è sempre generato da chi ci rimette qualche soldo in più. Fino a 3-4 anni fa qui ad Ovronnaz i residenti secondari potevano scegliere se pagare il forfait basato su 40 notti all'anno per persona, oppure pagare effettivamente rispetto alle notti passate nella residenza. Inutile dire che la seconda opzione non era controllabile e quindi la gente ne ha approfittato. Il sistema era fatto per evitare che la gente pagasse. Adesso è stato reso obbligatorio il forfait, il quale si basa però su 50 notti e tiene conto del numero di locali dell'infrastruttura. Faccio l'esempio limite; se c'è una persona sola con un grande chalet ereditato dalla famiglia con nove locali, la tassa terrà in conto del numero di locali e non sul numero di persone o delle notti passate nell'alloggio.

Le cifre da pagare non sono esorbitanti ma sono comunque divenute più importanti rispetto a quelle che venivano applicate qualche anno fa. Secondo il mio punto di vista la tassa di soggiorno bisogna farla pagare e bisogna trovare un sistema per renderla la più semplice possibile perché sarebbe utopico di andare a controllare di persona quante notti una persona trascorre effettivamente nella propria residenza. Però di base l'approccio è sbagliato; si cerca sempre il sistema per far pagare al turista una tassa, ma in realtà ciò che conta davvero non è avere la tassa ma disporre del turista! Si perde di vista questo aspetto; da noi si passa più tempo a discutere sulla questione delle tasse che sulle strategie per attirare i visitatori. Il turista fa vivere tutta l'economia, mentre la tassa è una semplice entrata che va all'ente pubblico; non dico che l'ente pubblico non abbia bisogno finanziamenti, però un turista consuma, fa i propri acquisti, va a sciare, va in montagna, va ai bagni... tutte queste spese sono comunque nettamente superiori alla tassa di soggiorno! Da noi la tassa di soggiorno per persona e per notte equivale a 2,50 franchi! Anche se la fissassimo al doppio del montante attuale, sarebbe comunque una cifra irrisoria, corrispondente al prezzo del caffè che il visitatore consuma ogni mattina.

Non ha senso secondo me orientare il dibattito dello sviluppo turistico sulle tasse; bisogna trovare un sistema semplice e passare oltre. Su questo aspetto si discute per ore, e a volte mi chiedo se alla fine vogliamo di più il turista o la tassa! Tutte le volte che si discute su questo si perde di vista quello che è più importante, ovvero che il turista venga. Quello che è importante non è che il residente secondario ci paghi 50 notti di tasse di soggiorno; quello che vogliamo è che magari ne paghi solamente 30 di notti, ma che trascorra 35! Perché in ogni caso partecipa alla vita economica della località... alcuni non escono e non contribuiscono più di quel tanto, ma in generale i residenti apportano un bel contributo! È questo che conta, non le tasse in sé... tutto il dibattito resta teorico, perché il calcolo delle notti è relativo a quanto incassare di tassa, mentre ciò che conta è quante notti trascorre effettivamente il residente; facciamoli venire anche un paio di notti in più! I soldi che risparmiano con la tassa probabilmente li spendono comunque nelle varie attività economiche della località!

Anche in Valle di Blenio il dibattito riguarda il sistema di calcolo, che si basa sulla quantità di letti presente nella residenza...

Questi dibattiti li abbiamo anche noi, ma qual è il sistema più intelligente? Io non lo so, perché alla fine non se ne esce mai da questa storia... qui ci si basa sul numero di locali, per cui il concetto è lo stesso. Non si può accontentare tutti, alla fine bisogna pur prendere dei criteri per il calcolo. Se qualcuno ha una casa con dieci letti ma ci viene sempre da solo, ad un certo punto bisognerebbe chiedersi come mai ne possiede così tanti! Io non ho mai voglia di affrontare questo tipo di dibattiti, ma lavorando qua ormai a volte ci tocca discutere con i proprietari. Mi è già capitato di discutere con dei residenti secondari che pretendevano di passare due sole notti in uno chalet molto grande; per i primi cinque minuti della conversazione si cerca di argomentare la cosa, poi però la voglia sarebbe quella di dirgli di vendere la casa per terminare la questione. Si discute per quei 200-300 franchi all'anno, ma le altre tasse comunali riguardanti l'elettricità o l'acqua comportano una spesa maggiore! Quindi ad un certo punto si deve mettere in chiaro la cosa; ci si può permettere questo chalet ma non lo si frequenta mai per non pagare la tassa di soggiorno? Bisogna essere logici in queste cose...

Questo dibattito ad un certo punto diventa una questione davvero assurda. Probabilmente bisognerebbe evitare di passare tramite una tassa turistica e aumentare le tasse comunali o comunque la tassazione comunale ordinaria sulle residenze secondarie. Ad un certo punto se si vuole la casa secondaria, bisogna pagarla! Non lo dico con cattiveria, è un fatto. O ce la si può permettere (e a questo punto si paga quello che si deve pagare) oppure no, e quindi si dovrebbe prendere in considerazione l'opzione della vendita. Tutto questo dibattito oltretutto nasce dal fatto che quando queste residenze sono state costruite non esisteva questo tipo di imposta, mentre oggi sì, e nessuno vuole pagare delle tasse in più; lo posso capire, ma bisognerebbe anche comprendere che l'infrastruttura turistica bisogna finanziarla, ed è troppo facile dire che non la si utilizza! Tutti pagano il canone televisivo, anche se non si possiede la televisione! Non si può entrare sempre nel dettaglio di ognuno... non si può dire che in fondo non si ha bisogno dell'ufficio del turismo e quindi non lo si vuole pagare, perché anche nella fiscalità ordinaria si pagano dei servizi non utilizzati!

Ci sono dei residenti che dicono che non vanno a fare le passeggiate nei sentieri; non sono così d'accordo! Oltre tutto nel valore patrimoniale della residenza è compreso il fatto di collocarsi in una località turistica in cui le cose funzionano! Se la località ha un minimo di attrattività, l'ipotetica vendita della residenza sarà relativamente facile. Ma se la stazione turistica non funziona, tutto sarà più difficile... io non ho soluzioni. Bisognerebbe probabilmente passare attraverso la tassazione ordinaria e procedere ad una redistribuzione interna, ma non sono sicuro che a livello legislativo si possa fare una cosa del genere.

Se dovessimo comparare la realtà bleniese a quella di Ovronnaz, quali differenze ci sono fra i rapporti che intercorrono tra istituzioni pubbliche, popolazione e turismo?

Non troppo grandi, perlomeno per quanto concerne le località del Vallese centrale relativamente vicine alla pianura. Ovronnaz fa parte del comune di Leytron, e quest'ultimo non vive del turismo perché si trova a 15 minuti sia da Sion che da Martigny e ha inoltre un'uscita autostradale, per cui ha sviluppato altri aspetti. Quasi la maggioranza della popolazione di questo comune non ha mai definito il turismo quale opportunità di sviluppo economico. C'è questa volontà di sviluppo, ma senza veramente farsene una priorità personale. Per cui secondo me la differenza non è così importante.

A differenza della Valle di Blenio, qui non c'è praticamente nessun legame con il mondo agricolo, perché nel Vallese questo settore è particolare; l'agricoltura qui è maggiormente legata alla pianura e al mondo della vigna e degli alberi da frutta, e c'è poco allevamento (qui ad Ovronnaz non ce n'è). Ragion per cui tutta quell'interazione che si potrebbe idealmente avere tra il mondo contadino e il settore turistico non esiste ad Ovronnaz.



E con le autorità politiche?

Le cose funzionano relativamente bene, nel senso che siamo dei comuni abbastanza piccoli ma che comunque stanno bene finanziariamente per cui non ci dovrebbero essere problemi se chiedessimo aiuto, ma lo facciamo veramente poche volte, il meno possibile. Chiaramente le autorità comunali locali sanno benissimo che la popolazione in realtà non è legata al turismo; parlo chiaramente di Ovronnaz e non generalizzo, poiché credo che le realtà siano differenti nelle varie parti del Vallese. Ma qui da noi le autorità sanno benissimo che la loro priorità non è il turismo in montagna. Per cui lo si sente che non c'è questo entusiasmo e questa forza di voler sviluppare questo settore che resta marginale per il funzionamento del comune.

In Valle di Blenio io ho avuto il sentimento che la voglia di sviluppare il comparto turistico ci fosse. Il problema era che non c'erano le risorse... ma ti parlo comunque del periodo precedente l'aggregazione, per cui ad essere implicati erano solamente i comuni di Leontica e di Prugiasco; erano dei "micro-comuni", quindi come si faceva a chiedere delle risorse a questo tipo di entità che non avevano nemmeno i soldi per loro? Non è una critica... come facevamo a chiedere al comune di Leontica di investire dei milioni nel capitale azioni della società? Quando abbiamo rinnovato la seggiovia Leontica-Cancorì abbiamo fatto un aumento di capitale, e Leontica ha messo tutto quello che poteva, ovvero qualche decina di migliaia di franchi! Non si poteva chiedere di più... ad ogni modo mi sembrava che ci fosse una maggior consapevolezza che economicamente per la Valle di Blenio il turismo rappresentasse praticamente l'unica via di sviluppo.

Qui è diverso; il canton Vallese in generale è più dipendente del turismo rispetto al Ticino. Ci sono però delle disparità enormi tra le valli dell'alto Vallese in cui c'è solo il turismo (o comunque delle grandi località turistiche del basso Vallese come Val de Bagnes con Verbier) e delle realtà diverse in cui ci sono comuni "dormitori" che hanno a disposizione delle località turistiche non molto importanti in termini assoluti, per cui non ne hanno bisogno.

In Valle di Blenio si è proceduto alla fusione dei quattro enti turistici per creare l'Organizzazione Turistica Regionale Bellinzonese e Alto Ticino. Come funziona invece ad Ovronnaz?

Secondo me quello dell'organizzazione delle strutture turistiche è un dibattito molto sballato, nel senso che si cerca di fare il turismo lavorando con queste organizzazioni turistiche. In realtà secondo me le organizzazioni turistiche hanno pochissima incidenza sul funzionamento reale del turismo. Senza nulla togliere alla qualità del lavoro eseguito da queste entità, non è il lavoro dell'ufficio turistico che permette ad una località di funzionare bene o male. Le destinazioni mondiali dove il turismo è fortissimo non si sa nemmeno come lavori l'ufficio turistico locale. Bisognerebbe avere questa onestà intellettuale e stare molto attenti alla relazione tra l'ufficio turistico e il successo turistico di una località.

Chi si chiede com'è organizzato l'ufficio del turismo a Venezia? Nessuno! A me è capitato un paio di volte di recarmi in località che generano 1 milione di pernottamenti... ma l'ufficio del turismo è piccolissimo con quattro prospetti in croce! Se si prende il caso del Ticino e in particolare della regione del Lago Maggiore, senza nulla togliere a quello che fa l'ufficio del turismo, non è che tutti questi alberghi e i frequentatori di queste strutture si recano in questa località perché l'ufficio del turismo è stato molto attivo... ma perché c'è una certa forza dell'attrattività turistica e un'importanza del comparto commerciale che permettono di generare un certo interesse nell'andarci.

Nelle regioni povere di turismo, visto che non funziona o comunque funziona meno, si parla sempre per ore e ore su come bisogna organizzare le infrastrutture del turismo. Secondo me si può organizzare le cose come si vuole ma le non cambierà mai quasi nulla. Oltretutto bisognerebbe anche avere l'onestà intellettuale di ammettere che queste infrastrutture dovrebbero essere al servizio del cliente, del turista e non al servizio dell'organizzazione in sé stessa o della politica.

Faccio un esempio della mia esperienza al Nara: l'ufficio del turismo della Valle di Blenio era ad Acquarossa. Francamente la valle è grande come un francobollo, ma ci sono comunque sempre le discussioni riguardanti l'alta, la media e la bassa valle. Bisogna proprio essere della valle per fare queste distinzioni, perché da fuori la cosa non ha senso. Esisteva comunque un polo turistico più o meno chiaro che era Olivone; questo comune era comunque il crocevia per il turismo in Valle di Blenio. A me era sempre stato detto che il Nara doveva assicurarsi che la media valle fosse considerata per evitare di far passare tutto nell'alta valle; io questa storia non la capivo! Quando si è trattato di discutere sull'ubicazione dell'ufficio turistico, ci fu la proposta di collocare questo servizio ad Olivone. Io la appoggiai subito, perché secondo me l'ufficio del turismo dev'essere dove ci sono i turisti, e tutto il resto son stupidaggini perché ad Acquarossa non c'era niente e la gente che desiderava raggiungere l'ufficio doveva fermarsi apposta! Per cui chi sarebbe andato all'ufficio del turismo? Solamente i bleniesi, per reclamare o chiacchierare con il direttore! Era comunque più logico inserire questo servizio ad Olivone, dove c'era comunque più gente per le strade. Se nessuno si reca all'ufficio, è inutile proporre il Nara come itinerario per una passeggiata, non serve a nessuno! Io ho sempre qualche perplessità verso queste organizzazioni turistiche, in cui vengono fatti organigrammi e decisioni varie...

Qui ad Ovronnaz abbiamo avuto lo stesso problema; in zone come la Val d'Annivier tutto è stato messo assieme trattandosi di una valle unica. Qui invece chi vuole raggiungere Ovronnaz deve uscire dall'autostrada, salire e si trova "bloccato" nella nostra località, non può andare altrove. Per cui quando hanno cominciato a proporre delle fusioni con le regioni vicine, io ho risposto che non cambiava nulla poiché il turista che si trova in vacanza ad Ovronnaz ha bisogno di un punto di informazione lì! Anche l'animazione locale deve essere fatta qui; se si organizzasse un atelier a Verbier diventerebbe una cosa accessibile per il visitatore di Ovronnaz. A partire da questa constatazione si organizza la struttura turistica da mettere intorno alla località. È per questo motivo che noi abbiamo deciso di tenerci il nostro ufficio ad Ovronnaz; non è stata una scelta contro gli altri ma semplicemente perché il visitatore ha bisogno dell'informazione sul posto!

Si parla poi dell'aspetto marketing, ma basta guardare i budget a disposizione per farsi un'idea del potenziale: è molto basso! Per cui mettendo assieme dieci località senza budget si crea solamente un mini-budget; poi cosa si fa? In ogni caso si creano solamente degli scontenti, perché se poi la regione oggetto della fusione non è omogenea, come si fa a venderla insieme? I promotori di queste unioni sostengono inoltre che facendo questo atto si centralizzano attività come la contabilità. Ma da noi per esempio la persona che si occupa della contabilità lavora pure allo sportello, quindi se gli viene tolto il compito della contabilità gli resterebbe solamente lo sportello; cosa farebbe tutta la giornata? Non avremmo abbastanza lavoro!

Il nostro ufficio del turismo è aperto 7 giorni su 7 in alta stagione e 6 giorni su 7 durante il resto dell'anno; io sono il responsabile dell'organizzazione part-time con l'attività legata agli impianti di risalita, in totale sono 2,6 posti di lavoro generati dall'ufficio del turismo. Io potrei anche togliere delle attività, ma non posso eliminare 2,6 posti di lavoro perché altrimenti non riuscire nemmeno più ad aprire lo sportello! Per cui il problema non è quello di fare la contabilità a Sion in ufficio centralizzato; il problema è di far lavorare la gente per garantire l'apertura del servizio.

In Ticino, il fatto che la regione del Lago Maggiore sia considerata come un'unica entità lo reputo corretto; se ci si mette nei panni del turista, non si hanno difficoltà a capire il motivo per cui questa regione sia considerata come un tutt'uno. Locarno ed Ascona vendono più o meno la stessa cosa, quindi è più una questione di organizzazione. Anche il fatto che il luganese sia considerata nell'insieme lo trovo evidente, perché tutto gravita intorno alla città di Lugano e al lago Ceresio, sarebbe inutile complicare le cose semplici.

Per contro, dal punto di vista del turista, la regione composta dalla Valle di Blenio, dal bellinzonese e dalla Leventina è opportuno considerarla come regione unica? Secondo me, a livello politico si è escluso le regioni di Locarno e Lugano

per ragioni evidenti ritrovandosi davanti a due “buchi”: la regione a sud di Lugano (che secondo me non ha nessuna coerenza turistica) e l’alto Ticino, territorialmente molto più grande. Secondo me la decisione di unire questa regione è stata dettata dai bassi volumi turistici generati, con l’intenzione di mettere tutto assieme. Io non sono sufficientemente coinvolto per giudicare, ma cosa viene fatto assieme tra queste quattro regioni? Dal punto di vista del turista è legittimo chiedersi a cosa serva questa fusione; secondo me il problema era gestire i castelli di Bellinzona e gestire gli uffici d’informazione locale di Blenio e della Leventina (poiché la Riviera e Biasca secondo me non sono turistici!) … a che serve realizzare un’organizzazione grande come una holding per gestire due chioschi?

Secondo me è stata una risposta politica a un problema economico. Il politico non può dire di voler creare una grande organizzazione solamente per la Valle di Blenio. Ma siamo sicuri che la struttura attuale (che è più grande della somma di ciò che veniva fatto prima) sia più efficace? Io mi ricordo che comunque nell’ufficio di Acquarossa il direttore era impiegato al 50-60% e una segretaria al 100%; gestivano questo ufficio, non è che non facessero nulla! Oggigiorno immagino che la gente impiegata per l’OTR passerà la maggior parte del tempo a fare riunioni, vista la grandezza della regione… cosa fanno di più? Io ho sempre questa impressione; è tutto legato maggiormente alla politica locale… non bisogna dimenticarsi che il pubblico di un ufficio turistico sono i turisti; un ufficio non ci dev’essere soltanto per giustificare a livello interno cosa stia facendo!

Questo dibattito riguarda anche la nostra realtà; può capitare che degli abitanti di Leytron “critichi” il fatto che magari ripetiamo delle animazioni, ma è giusto definire che le attività proposte si rivolgono al turista e non alla popolazione locale! Non è necessario che ogni settimana tutto sia diverso! Io me ne guardo bene dal giudicare l’operato della nuova organizzazione turistica che è stata creata, però secondo me diventa tutta una questione politica (e questo è un problema generale). Non si riforma il turismo cambiando le organizzazioni turistiche! Non è così!

Se si desidera fare un soggiorno a Parigi, si chiama l’ufficio turistico di Parigi? Nessuno lo fa! Bisogna rendersene conto di questo fatto; dove ci sono veramente tanti turisti, non si ha bisogno dell’ufficio turistico. Ammesso e non concesso che in Valle di Blenio si desideri davvero uno sviluppo turistico, bisogna porre l’accento sull’offerta turistica e non sull’organizzazione! D’altra parte, l’ufficio del turismo non ha un potere concreto, sta tutto nel privato! C’è una grossa discrepanza fra come si pensa che funzioni il turismo e come funziona veramente. Se non c’è il turismo economico gestito dai privati, l’ente pubblico può fare di tutto ma non cambierà nulla. La sola cosa concreta è la manutenzione dei sentieri realizzata dall’organizzazione, e bisogna dire che questo è sempre stato fatto bene. Da noi invece ad occuparsene sono i comuni, e il risultato non è dello stesso livello; ogni comune lo fa alla sua maniera, per cui ne basta solamente uno gestito male per rovinare l’insieme della rete. Ma in generale, l’organizzazione turistica in quanto a tale, quanti turisti può veramente attrarre? A Bellinzona devono più che altro gestire i castelli, e quindi non è veramente una gestione dei turisti… ma in generale in queste realtà gli uffici del turismo non hanno nessuna competenza commerciale ed economica.

C’è stato un piccolo momento storico in cui si pensava che l’arrivo di internet avrebbe permesso agli uffici del turismo di creare delle centrali di riservazioni; oggi non ce n’è nemmeno una che funziona, perché visto che restano comunque delle organizzazioni con dei processi lenti poiché legati agli enti pubblici altre piattaforme come Booking.com si sono maggiormente sviluppate! Il concetto è proprio “filato” sotto il naso delle organizzazioni turistiche; quasi tutti hanno provato a fare questa stazione di riservazione, con l’obiettivo di fare da legame tra il mondo esterno e il funzionamento interno, ma sono arrivati dei colossi molto più grandi a sviluppare delle piattaforme mondiali rendendo inutili quelle locali. Oltre tutto Booking.com è sempre al passo dei tempi a livello tecnologico perché ha la possibilità di investire regolarmente.

Il successo turistico di una località è quindi strettamente legato all'iniziativa privata; in questo senso un ufficio turistico può dare il suo contributo favorendo il coinvolgimento?

Secondo me (passerò per il personaggio cattivo, ma pazienza), gli enti turistici non hanno questa capacità. Chi può riuscire a coinvolgere un privato è colui che ha un certo potere (economico, politico, di pianificazione). Gli enti invece che poteri hanno? Nessuno! Per cui quando un ente del turismo sostiene di voler fare qualcosa per implicare il privato, lo fa a che titolo? Qui ad Ovronnaz si ci si era posti il problema una quindicina di anni fa; alla vista di una mancanza di commerci ci si era chiesti se fosse stato possibile far qualcosa per attirare dei commercianti. Ma ci si è accorti che non si poteva far nulla! Di terreni da proporre non ce n'erano, di facilitazioni a livello comunale (tasse, parcheggi a quant'altro) non ce n'erano... avremmo potuto sostituirci all'autorità comunale, ma se non lo fa direttamente il comune bisogna chiedersi il perché. Quindi se già di per sé il comune non procede ad una tale operazione, di sicuro non lo farà tramite l'ente del turismo...

Per attrarre dei commercianti ad un certo punto eravamo attratti dalla possibilità di acquistare dei terreni e venderli solamente a chi intendesse esercitare un'attività commerciale. Ma come ufficio turistico, dove dovevamo andare a cercare i soldi per farlo? Non li avevamo! Se il comune non ha nessuna voglia di farlo, non vedo perché dovrebbe permettere di farlo all'ente del turismo che si tratta comunque di una sua emanazione, finanziata dalla stessa autorità comunale).

Io penso che se si voglia fare qualcosa, lo si deve fare a livello del comune, altrimenti non c'è coerenza. Per esempio, correggimi se sbaglio, non tutti i comuni si sono schierati a favore del ParcAdula, anche se probabilmente l'OTR-BAT ha avuto un approccio abbastanza favorevole all'iniziativa. È un paradosso; come si fa a promuovere un grande progetto (che non è il rinnovo dell'ufficio o l'acquisto di un nuovo tavolo di lavoro). Si tratta di organizzazioni abbastanza "alibi". Si può dire che il ParcAdula per la Valle di Blenio avrebbe cambiato in modo importante la situazione turistica; un ente ufficiale finanziato dai comuni era favorevole, mentre i comuni stessi erano piuttosto contrari. Fine della discussione secondo me! È un alibi; se si utilizza l'ente per mettere in comuni le risorse comunali, vuol anche dire che lo stesso comune deve essere pronto a delegare le competenze turistiche, come se fosse un consorzio. Quindi quando c'è da esprimersi su un tema turistico, dovrebbe essere solamente l'ente a dare il proprio avviso e non i comuni! Fino a quando la politica sarà ambivalente su queste questioni, non si combinerà niente. È per questo motivo che mi chiedo a che cosa servano queste organizzazioni turistiche come organo di promozione (poiché la funzione d'ufficio d'informazione nessuno la contesta). Ma a partire dal momento in cui un ufficio sostiene delle iniziative forti, in realtà lo dovrebbe fare al posto del comune. Se invece il comune è addirittura contrario, si ridicolizza la struttura!

Cambia tutto se i comuni ammettono che bisogna fare un grosso lavoro di promozione economica nel turismo, e quindi a quel punto si mettono a lavorare in due o tre facendo un consorzio costruendo magari anche un'infrastruttura turistica.

A livello della Valle di Blenio, secondo me, si potrebbe fare un ragionamento più modesto; l'ufficio del turismo potrebbe diventare un semplice ufficio d'informazione che mette in relazione i turisti con l'offerta. Se questo non viene fatto è un problema! Anche solo gestire un sito internet "Blenio" richiede del lavoro... queste sono le operazioni di base! E non c'è bisogno di mettersi con metà del Ticino per farlo! Non sarebbe una mossa contro gli altri; la Valle di Blenio ha un suo inizio e ha una sua fine, ha una certa coerenza, per cui non bisognerebbe spiegare al turista il motivo di questa organizzazione. La zona del Luganese se vogliamo è più complessa dal punto di vista geografico, ci si potrebbe chiedersi se Rivera e il Monteceneri facciano parte di questa regione. Per la Valle di Blenio queste domande non bisogna porsele!

Se ci si organizzasse con un ufficio che facesse questo lavoro, l'essenziale sarebbe coperto. Oltre tutto oggi ci sono solamente tre comuni, per cui anche la promozione di iniziative dovrebbe essere più facile! Per quanto riguarda il ParcAdula, sono dell'idea che se ci si "mettono dentro i piedi" bisogna andare fino in fondo... poi per la popolazione è chiaramente un altro paio di maniche, sono liberi di non seguire il comune. Ma se già il comune non segue il progetto... non serve nemmeno mandare in votazione la cosa!

Perciò a parte fare della burocrazia, a cosa serve questo ente? Sul territorio si ha bisogno di gente che ha voglia di far le cose ma che è pure legittimato a farlo. L'ente locale si chiama comune! In una realtà come la Valle di Blenio in cui il turismo è molto debole oggi da un punto di vista numerico e infrastrutturale, io penso che questo dibattito di fondo debba essere fatto: lo si vuole veramente lo sviluppo? Se lo si vuole, ecco cosa bisogna fare... oppure, lo si può avere? Perché se lo sviluppo implica un investimento di 100 milioni, bisogna anche vedere se sia possibile attingere questo montante.

Oggi si dice che una delle tendenze future risiede nelle Mountain Bike; ma le si vuole veramente? Bisogna comunque essere consapevoli che il Mountain Bike com'è inteso oggi necessita di infrastrutture, e non è sempre possibile conciliare queste cose con la caccia, con l'agricoltura... lo si vuole o no? Perché posizionarsi sempre sul filo teso e dirsi che lo si vuole ma a patto che ci siano degli arrangiamenti... non funzionerà mai! Presto o tardi, al momento della presentazione del progetto, salteranno fuori gli oppositori e non si riesce ad andare avanti.

Per me non è uno scandalo dire di no ad un progetto di infrastruttura turistica, però bisogna mettere in chiaro prima le cose. Volere qualcosa senza voler metterci le condizioni non può funzionare. Ci dev'essere sempre un arbitraggio, ma ci dev'essere ugualmente la consapevolezza della popolazione che questo dibattito dev'essere fatto. Onestamente, si può dire che oggi la Valle di Blenio viva del turismo? No! Ci sono alcune infrastrutture turistiche, ma ad esempio gli impieghi nel turismo sono bassissimi! Bisogna anche mettere in chiaro su cosa sia il turismo; il ristorante in un paese non è turismo! È facile gonfiare le cifre, ma alla maggioranza dei ristoranti e dei caffè della Valle di Blenio non vivono di turismo, per cui quei posti di lavoro non dovrebbero essere catalogati nel settore... i posti di lavoro generati per esempio dal Nara sono pochissimi, anche in ragione del fatto che apre solamente il weekend e in determinati periodi.

Bisogna essere onesti: costerebbe di meno pagare in sussidi questi stipendi invece di "tenere in piedi" questi impianti per giustificarlo con gli stipendi pagati! Se si considerano le masse salariali delle vere imprese turistiche bleniesi, secondo me sono bassissime. Non è un problema solamente della Valle di Blenio, ma di molte altre località. Dato che il turismo è sussidiato, val la pena sussidiare il turismo o sussidiare direttamente le persone per farle restare in valle? Non siamo una società pronta a pagare la gente per non far nulla, però se si giustifica una nuova stazione da 100 milioni con 4 impiegati... varrebbe la pena finanziargli la loro casa a Bellinzona e trovargli un altro posto di lavoro! È una questione di proporzioni; il turismo si giustifica chiaramente anche per i posti di lavoro creati e con le opportunità economiche create sul posto. Ma se si fa un turismo che non crea delle opportunità economiche... e questo è il caso della Valle di Blenio e di molte altre valli laterali.

Anche in zone altamente turistiche come il Vallese si pone questo problema. Ci sono grosse zone turistiche che si giustificano, e ce ne sono un sacco che francamente non giustificano nemmeno il fatto che venga fatta la pulizia delle strade dalla neve d'inverno!

Da cosa può prendere ispirazione la Valle di Blenio dalla realtà turistica di Ovronnaz?

È una domanda difficile, perché secondo me, malgrado tutto sono due modelli diversi. C'è stato uno sviluppo turistico differente negli ultimi decenni. Il modello di Ovronnaz ad un certo punto, al momento della creazione del centro termale poteva essere applicato pure a quello della Valle di Blenio. Tra l'altro, visto che l'acqua dei nostri bagni termali non

proviene nemmeno da Ovronnaz bensì dalla pianura, mi chiedo se fosse necessario fare un centro termale proprio ad Acquarossa vicino alla sorgente; forse bisognerebbe identificare un luogo più centrale dal punto di vista turistico. Oggi però il mondo è cambiato; negli ultimi dieci anni il turismo di montagna è mutato in una maniera talmente violenta che secondo me questo tipo di riflessioni non devono essere fatte (essendo cosciente del fatto che la mia maniera di vedere le cose non rappresenta la maggioranza nel settore turistico). Faccio anche parte della schiera che sostiene che la teoria della decrescita in montagna sia comunque una cosa intelligente, perché quando si deve puntare talmente tanto per ottenere dei risultati limitati bisogna forse avere il coraggio di fare le cose in maniera diversa.

Per questo secondo me la Valle di Blenio può prendere davvero poco come esempio da Ovronnaz, poiché questo modello non è probabilmente quello del futuro. Ovronnaz può avere un futuro, che sarà basato sul suo passato, ma il passato di Ovronnaz è differente rispetto a quello blenie. L'avvenire di questa località vallesana sarà secondo me sempre diverso da quello della Valle di Blenio.

Una cosa che sostenevo già 25 anni fa durante la mia esperienza blenie riguarda il fatto che la Valle di Blenio ha l'inconveniente di non aver avuto una storia di sviluppo turistico importante, ma ha comunque il vantaggio di poter partire con un modello che è più adattato a quello che si fa oggi, proprio perché non si ha l'ipoteca del passato! Tutte le piccole cose che c'erano nel passato finiscono in poco o niente... chiaramente, vista la bellezza paesaggistica la Valle di Blenio deve trovare la sua propria strada in un turismo che è diverso oggi rispetto a ciò che era basato su delle infrastrutture relativamente pesanti (ciò che è stato fatto fino agli anni 2000). Secondo me deve veramente togliersi dalla testa uno sviluppo turistico basato quasi sulla gelosia di quello che si è fatto altrove; la forza di questa regione è legata al fatto di non aver questo passato.

Il grosso problema è che un futuro legato ad un parco nazionale poteva veramente starci; ora proporre un parco nazionale senza il parco nazionale diventa una cosa complicata, perché il fatto di girarci attorno non funziona molto bene come strategia. Probabilmente ci sarebbe davvero bisogno di una ridefinizione degli obiettivi turistici, basandosi sul fatto che uno sviluppo quantitativo probabilmente non può essere realizzato, poiché mancano i pernottamenti, le infrastrutture e tutto quanto. Bisognerebbe ammettere che resta un turismo di nicchia, legato chiaramente a questa risorsa legata alla bellezza del paesaggio, che è praticamente incontaminato perché non c'è stato né lo sviluppo industriale né lo sviluppo turistico. Per cui oggi resta una valle che si può vendere come vallata alpina incontaminata; si può puntare su questo aspetto, però bisogna essere onesti; il ritorno economico sarà comunque ugualmente di nicchia, perché non si può fare un turismo con un'offerta di nicchia e immaginare che dall'altra parte ci vogliano dei vagoni per portare su i soldi... non funziona così!

Ciò non significa che la nicchia all'unità porti poco, nel senso che chi affitta il rustico per la vacanza per un periodo relativamente lungo per approfittare della calma e della bellezza della valle, può pagare questa operazione anche in modo relativamente caro. Però resterà sempre molto limitato il numero di persone che lo farà. Per cui se lo si trasforma in settore economico, l'impatto generale rimarrà nelle unità e nelle decine, non nelle migliaia o nelle decine di migliaia.

Malgrado tutto penso che questo discorso dev'esser fatto in maniera onesta; secondo me il treno dello sviluppo turistico (parlo chiaramente per le prossime decine di anni) è passato sotto il naso. Il turismo quantitativo non esiste più; rimango sempre dell'opinione che ci vuole un riorientamento. Campo Blenio deve puntare al 100% sui bambini e deve per esempio eliminare tutto il resto, come gli sci-lift grandi! Il Nara dovrebbe trasformarsi nel posto per le slitte; come si fa a venderlo oggi come luogo sciistico commerciale? Che argomenti si hanno? Non si ha la sicurezza dell'innevamento, non ci sono degli impianti moderni né chilometri di piste importanti... non si ha niente!

Le slitte andrebbero invece bene in un discorso di turismo di nicchia dove si metterebbe in risalto il paesaggio. Attenzione però a non vendere questa visione diversa di turismo come una visione economicamente forte; si tratterà di

un complemento ma non creerà mai molti posti di lavoro. L'interconnessione con l'agricoltura si può sempre fare, ma in realtà non vengono creati degli impieghi in più. Secondo me bisogna uscire da questa ipocrisia in cui si vuol far credere che lo sviluppo turistico (partendo dalla situazione di oggi) possa creare lavoro e ricchezza in una valle in cui questo sviluppo non si è fatto nei momenti in cui c'era stata la possibilità di farlo.

Non si tratta di dire "peccato" ... è semplicemente una questione di vedere come appare il futuro di oggi! Quello di Ovronnaz è un modello completamente diverso rispetto alla Valle di Blenio. A Ovronnaz i 10000 posti letto ci sono, il centro termale c'è, la stazione invernale pure... per cui è obbligata a generare comunque un alto volume per mantenere queste infrastrutture, perché non si può dire che oggi ci si trova in un trend di turismo più "calmo" ... come si fa? Un posto in cui le infrastrutture sono lasciate andare non è una località che è stata preservata, bensì una località che è andata in decadenza! Non è assolutamente la stessa cosa.

Secondo me vent'anni fa i parallelismi si potevano fare, perché a quel tempo si poteva sempre dire che se la Valle di Blenio, con le tante case secondarie, si sarebbe messa a realizzare un centro termale avrebbe attirato molte persone. Oggi il settore termale non funziona più alla stessa maniera e le case secondarie non sono numerose come ad Ovronnaz. Per quanto riguarda le altre infrastrutture, al Nara ci si può aggiungere venti anni d'invecchiamento alle strutture, come pure a Campo Blenio, perché comunque non c'è più stato un grosso investimento dopo la realizzazione. Campra invece è di nuovo un elemento di turismo di nicchia che può posizionare la Valle di Blenio, ma che non creerà mai questa grossa ricchezza per tutta la popolazione, perché non riuscirà mai a creare tanti posti di lavoro. Per cui in realtà non sarà Campra a riuscire a cambiare il discorso. C'è stato un investimento di 16 milioni, ma quanti posti di lavoro ci saranno? Non dico che non bisognava farlo, sostengo semplicemente che va nell'ottica di uno sviluppo di nicchia e non di massa; oggi però il turismo che permette di creare tanti posti di lavoro è solamente quello di massa.

Secondo me questo dibattito di fondo è difficile farlo, anche perché è difficile trovare qualcuno a livello politico disposto ad affrontarlo, perché bisogna anche avere il coraggio di dire certe cose... la politica è un po' l'arte di far credere delle cose alla gente per poi garantirsi il voto nell'urna.

Le terme non saranno mai costruite dall'ente pubblico. Questa opera verrebbe realizzata solamente con l'arrivo di qualcuno che ci metterebbe davvero i suoi soldi. Il fatto di non mettere le terme come un obiettivo dei comuni non vuol mica dire che le terme non si faranno mai! Vuol semplicemente dire che le terme si faranno solamente il giorno in cui arriva un privato disposto a investire. Il fatto di dire che i comuni mettono questo progetto come priorità non vuol dire nulla, perché fintanto che non c'è il proprietario privato che le fa, non si farà comunque niente. Questo è un po' un discorso di alibi, è sempre stato così; sentir parlare ancora delle terme di Acquarossa ad un certo punto il concetto "esce" dalle orecchie!

Finora nessuno ha mai impedito la realizzazione delle terme, che ne sappia io. Ma in realtà mai nessuno ha voluto costruirle fino in fondo, perché se non sbaglio gli ultimi "investitori" sono scappati senza lasciar traccia. Il che significa che probabilmente non erano poi così seri come si volevano presentare! L'ente pubblico cosa si aspetta dalle terme? Di farle lui stesso? I comuni della valle messi assieme sarebbero capaci di realizzare una tale opera? Poi bisogna comunque chiedersi se ci fossero degli scopi comunali in una tale operazione. Secondo me i comuni non sono stati fatti per costruire delle terme; se bisogna mettere una partecipazione all'investimento quello va da sé, però bisogna sempre tener conto delle proporzioni.

In realtà non è una decisione quella di fare o meno le terme; la decisione è aspettare in maniera passiva (anche perché anche essendo attivi non si può fare granché) se accade qualcosa o no... l'altra opzione invece è quella di dire che cinquant'anni dopo la chiusura delle terme si potrebbe anche fare la constatazione che aspettare per una riapertura non sia la miglior soluzione!

Tra l'altro ho l'impressione che nel frattempo la popolazione della Valle di Blenio, malgrado tutto, non sia diminuita ma si sia stabilizzata. Però occorre specificare che una parte di questa popolazione lavora fuori dai confini vallerani; le vie di comunicazione, senza essere eccezionali, siano stabili, per cui la gente ha ammesso il fatto che è possibile vivere in valle lavorando altrove. Ragion per cui non c'è nemmeno questa grande urgenza, secondo me, di mobilitarsi. Se la Valle di Blenio cominciasse a perdere abitanti in maniera importante, si sarebbe confrontati a un'emergenza demografica e bisognerebbe trovare le risposte. Ma a me piacerebbe chiedere quale sia il problema di oggi nella Valle di Blenio! Perché senza conoscere nel dettaglio la situazione presumo che a livello generale la valle sia stabile in quanto a popolazione ma alcuni comuni più periferici probabilmente perdono un po' di più (perlomeno è ciò che accade in Vallese). I villaggi più discosti perdono più facilmente degli abitanti perché implicano dei tragitti più lunghi per andare nei centri e per recarsi al lavoro. Però non è un problema di valle, bensì una problematica locale, di nuclei. Qual è il problema oggi?

Diciamo le cose come stanno; se si crea un turismo basato ad esempio sull'attività termale volto a generare dei posti di lavoro, bisogna essere coscienti del fatto che i due terzi dei posti di lavoro di un centro termale sarebbero importati da altri posti! Il bleniese doc non andrà probabilmente a fare il cameriere nel ristorante del centro termale! È così anche qui e in molti altri posti; si dice spesso che gli austriaci siano estremamente accoglienti, ma in Austria non sono gli austriaci a lavorare negli stabilimenti turistici e della ristorazione! Si tratta della popolazione ad est del paese che "costa" di meno a livello di salario! Sono dei problemi che si conoscono un po' dappertutto; bisogna comunque essere onesti sul fatto che questi posti di lavoro direttamente generati dal turismo non saranno ad appannaggio della popolazione blenie, perché essa aspira ad altro!

In Vallese nella ristorazione sono impiegati prevalentemente francesi o portoghesi, perché si sa che la popolazione vallesana non desidera fare questo tipo di mestiere. In Ticino tra l'altro è la stessa cosa... quindi perché se ci fosse un centro termale ad Acquarossa sarebbero solamente i bleniesi a lavorarci? Bisogna ancora specificare questa cosa... non dico che non ci sarebbe nessuno, poiché sarebbe per esempio necessario un settore tecnico di manutenzione. Però se si creassero un centinaio di posti di lavoro, se venti riguardassero dei bleniesi sarebbero già tanti! Il nostro è un comparto economico che funziona così.

È per quello che bisognerebbe chiarire a che bisogna voglia rispondere il turismo implementato in Valle di Blenio. Se puntasse a stabilizzare la popolazione, non sarebbe il caso visto che è già stabile. Non bisogna limitarsi a dire che oggi tutto va bene perché ci sono comunque dei settori economici con delle difficoltà; l'agricoltura per esempio non sono sicuro che possa rappresentare il futuro... se si perderà in questo ambito bisognerà gioco forza compensare da un'altra parte.

Bisogna comunque mettersi degli obiettivi; io ho sempre l'impressione che il turismo sia un comparto economico in cui si riflette sempre e comunque con l'emotività e non con le cifre; cosa vuole la Valle di Blenio? Vuole il turismo, ma che tipo di turismo? E che riscontro economico si attende? Partendo da qui bisognerebbe fare delle scelte, perché è chiaro che se si realizza il Centro Nordico di Campra dicendo che si vuole un ritorno in cifra d'affari di qualche milione di franchi ogni anno, non bisognava probabilmente mettere 16 milioni di franchi... se si dice che si realizza un centro di questo tipo anche per la popolazione residente per garantire un turismo di "loisirs" locale riuscendo anche a finanziarlo, tanto meglio! Tra l'altro è la stessa cosa per le capanne; non c'è nessuna ragione per non farle, però da lì a passare a dire che tra dieci anni la popolazione della Valle di Blenio vivrà per un terzo del turismo... sono un po' scettico su questo!

Per quanto riguarda i progetti che ci sono oggi, ho un po' l'impressione che vengano fatte delle cose (è emblematico il caso del Nara) senza possibilità di sviluppo, secondo me è una questione di tempo! Le seggiovie e gli sci-lift del Nara

non ci saranno ancora per 150 anni... non perché non sono ben tenuti, ma perché questo tipo di materiale non dura 100 anni (ha già tenuto tanto tra l'altro)!

Un giorno o l'altro ci sarà il problema, solo per poter tenere aperto, di dover mettere sul tavolo dei milioni! Come si farà? Se non c'è nessuna prospettiva di crescita a livello di comparto economico, bisogna comunque fare una riflessione. Non sto dicendo che la Valle di Blenio debba chiudere il Nara, ma bisogna fare una riflessione su cosa sarà il Nara tra vent'anni! Se la riflessione è "andiamo avanti finché si può", è legittima, però bisogna essere coscienti che nel 2040 il Nara non esisterà più! Non si possono aggiungere vent'anni all'infrastruttura attuale senza investimenti, non è possibile! Che clienti utilizzeranno ancora questi impianti? Sicuramente non per lo sci...

Trattandosi inoltre di soldi pubblici, tutto diventa ancor più delicato...

Infatti. Fintanto che l'ente pubblico non sarà confrontato a scelte "drammatiche" da prendere, allora si può anche continuare a fare questo tipo di ragionamenti. Quando l'ente pubblico dovrà prendere scelte diverse, ad un certo punto la decisione dovrà esser presa!

Quello che mi sembra sempre strano (ed è un problema generale) è il fatto che se si vuole andare avanti finché sarà possibile, allora si potrebbe anche proporre di chiudere subito. Visto che nessuno ci guadagna e tutti ci perdono, e che il comune debba investire dei soldi... perché non si chiude subito? Se non c'è questa volontà di chiudere, bisogna darsi un progetto per non più mettere una data di scadenza!

Per me un progetto dev'esser fatto per poter vedere oltre a una data di scadenza. Oggi purtroppo non le vedo queste cose, non solo in valle! È un problema tipico di questo settore, ma è più evidente al Nara perché se in altri settori i volumi di affari sufficienti per continuare l'attività ci sono, nella stazione sciistica bleniese questi volumi sono diventati talmente piccoli che una riflessione sarebbe necessaria. Non dico di smantellare, ma perché non diventare la prima stazione rivolta solo alle slitte? Magari non è la soluzione giusta, però qualcosa bisogna provare. In fondo, chiudendo le piste da sci le si potrebbero riservare alle slitte, per cui l'offerta per le slitte diventerebbe molto superiore a quella di oggi! Non si avrà bisogno di un ristorante con 300 posti, ma ne basterà uno più piccolo. Per cui con l'infrastruttura attuale si potrebbe creare qualcosa di veramente interessante... però senza questa progettualità come si procederà? Oggi c'è già la pista delle slitte, ma il Nara non è ancora la stazione per le slitte "per antonomasia" a livello perlomeno svizzero. Ma non è nemmeno una stazione da sci considerata come tale; per quanto riguarda l'estate, non sono a conoscenza di cosa si faccia oggi ma mi sembra che sia una cosa ad intermittenza che non porti ad un granché.

Il turismo della Valle di Blenio secondo me è un po' tutto legato a queste cose, non si capisce bene in che direzione vada! Non ci sono queste scelte di fondo che sono fatte che permettono di posizionare il turismo. Queste scelte non implicano il fatto di rinnegare il passato, ma bisognerebbe comunque girar la pagina! Quello che è stato fatto per 40-50 anni aveva la sua giustificazione nel suo periodo storico, ma oggi tutto è cambiato e le ricette di cinquant'anni fa non sono più quelle che vanno bene per il mercato attuale.

Se vent'anni fa il Nara avesse fatto un grosso investimento per esempio nell'innevamento artificiale, oggi potrebbe (non necessariamente) essere qualcosa di diverso. Ma non è stato fatto, per cui è inutile star qui a discutere delle ore per analizzare i motivi per cui non è stato fatto... son tutte cose devono analizzate come sono oggi; non c'è l'impianto di innevamento, e non siamo più in un periodo dove la neve arriva in modo regolare per poterci basare un'attività economica.

Queste decisioni di fondo non si vedono, per cui è difficile capire cosa costruire dopo. Questo aspetto riguarda anche la realtà vallesana; queste discussioni non vengono mai affrontate dal mondo politico, perché la politica punta solamente

ad avere i consensi e far sognare la gente, mentre quando le cose non vanno bene si limita a dar la colpa a qualcun altro. Io son convinto che la maggioranza della popolazione potrebbe anche capire questi argomenti, però bisognerebbe fare un lavoro di spiegazione serio.

Anche per quanto riguarda l'aspetto legato al parco naturale, si capisce come il politico non sia molto coraggioso; oggi l'uomo politico è più lo specchio della popolazione e delle paure, e non è il politico che da un'indicazione al proprio popolo sulla direzione da prendere. Francamente i tre quarti degli argomenti utilizzati contro i parchi nazionali sono perfettamente ridicoli! Qui si diceva che in caso di realizzazione del parco si sarebbe dovuto salire alla capanna qui sopra solamente seguendo il sentiero. Ma la gente oggi dove cammina per raggiungere la capanna, se non sul sentiero? Oltre tutto la gente che insinuava queste cose erano poi quelli che alla fine non si reca mai alla capanna! Per la caccia stesso discorso; qui è praticamente bandita di caccia ovunque, per cui un parco nazionale non avrebbe cambiato niente in quest'ottica, se non l'ingrandimento di alcune bandite. Ma si è preferito seguire le paure della gente...

Quando ho sentito degli argomenti contrari al ParcAdula ho ritrovato questo tipo di argomentazione. Come dire che oggi sull'Adula ci fossero delle autostrade e che si sarebbe dovuto chiudere tutto... ma in realtà su questa montagna oggi non c'è quasi nulla; ci sono alcuni alpeggi e le officine idroelettriche, e chiaramente bisogna trovare delle soluzioni, però non si può far passare la regione dell'Adula come zona densamente popolata e densamente industrializzata. Se queste condizioni fossero state riunite, già non si sarebbe potuto progettare un parco nazionale! Si fa prendere il sopravvento dalla paura della gente su cose che sono onestamente molto irrazionali. Poi non voglio soffermarmi su come è stato gestito il progetto, perché chiaramente degli errori sono stati fatti...

Fondamentalmente non si ha mai questo discorso chiaro: cosa vogliamo dal futuro? Se vogliamo essere come Rimini, allora bisogna fare una spiaggia e portarci il mare. Se invece si vuole fare il turismo di nicchia, ci sarà meno gente e dunque verrà generato un minore riscontro economico, però si potrebbe fare con il territorio. Queste cose vanno dette, vanno portate sui tavoli di discussione! Si vuole offrire lo sci alpino a Campo Blenio, ad un'altezza di 1'000 metri? Per le famiglie si può forse insistere ancora per qualche anno perché si prende poco rischio, ma se si vuole sviluppare un comparto sciistico a 1000 metri... bisognerebbe analizzare le passate stagioni e fare delle riflessioni. Per il Nara stessa cosa; perché dall'anno prossimo tutti dovrebbero tornare a sciare al Nara? Si dice che il posto è bello; è vero, lo è sempre stato, ma non è un vero argomento!

Se si vuole mettersi al livello di Andermatt, bisognerebbe investire decine se non centinaia di milioni. Ma se non ci sono i soldi, è inutile parlarne. Per le terme è la stessa cosa; se l'ente pubblico vuole veramente realizzare il centro deve dirlo, e non girarsi attorno. Ma cinquant'anni non sono un'eccezione statistica! A me sembra che gli investitori seri (quelli coscienti del fatto che un progetto tale non può essere concretizzato immediatamente ma richiede del tempo per le varie fasi) non siano mai stati scacciati!

Oltre tutto si possono anche fare le terme, ma dopo? Con le terme si avrebbe un aumento dei posti di lavoro che non interesserebbero in maggioranza la popolazione blenie... poi la popolazione potrebbe crescere anche con l'apporto di arrivi esterni, non lo dico in maniera negativa. Non dico che non bisogna farle, però bisogna essere coscienti di ciò che comporterebbe!

Di fasi di sviluppo turistico ce ne sono state diverse nel corso del secolo scorso. Ma la Valle di Blenio le ha mancate tutte... forse è anche una cosa positiva! Il più grosso progetto di complesso invernale del Ticino era stato fatto a Dötra; anche questo per mille ragioni non è stato realizzato! Stranamente di questa proposta non si è più parlato, ma si è trattato dell'unico progetto di stazione invernale integrata con una decina di impianti di risalita finanziati da capitale italiano... se oggi si fa una passeggiata in quella regione, probabilmente si penserà che la mancata realizzazione sia stato un bene, anche perché forse oggi sarebbe nella stessa situazione del Nara.



Vorrà comunque dire qualcosa se con tutte le fasi di sviluppo turistico avvenute in cento anni, nemmeno una ha veramente fatto breccia in Valle di Blenio! Non si può sempre dare la colpa agli altri... il che non significa che la colpa sia soltanto dei bleniesi, m vuol dire che la situazione della valle non permette questo tipo di turismo di massa. Altrimenti questo tipo di turismo sarebbe già arrivato! In Val Leventina c'è stato uno sviluppo maggiore durante il secolo scorso (anche se poi, se si compara la situazione attuale delle due valli, non risultano grandi differenze...).

Non si può voler costruire qualcosa di nuovo nel 2019 con l'obiettivo di recuperare il terreno perso. Bisogna secondo me trovare un altro modello. È chiaro, bisognava già trovarlo vent'anni fa, solo che il modello da cercare all'epoca è mutato rispetto a quello che è richiesto oggi. Speriamo comunque che le cose vadano bene! Se c'è una generazione di bleniesi che esce dalla valle per studiare, è comunque già un primo passo! D'altra parte la Valle di Blenio per lunghi tratti è stata una zona non propriamente chiusa ma con pochi abitanti che hanno varcato i confini per andare a studiare.

Secondo me niente è perso, ma si è perso in relazione ai modelli del passato. Si può ancora trovare la via, ma senza guardare indietro, solamente in avanti! Ad Ovronnaz si è sempre legati a ciò che è già stato fatto... e in altri posti si pensa sempre che basta importare ciò che è stato fatto altrove e la cosa funziona.: non è così! Quando si guarda a ciò che si è fatto altrove, si guarda forzatamente al passato; in luoghi che hanno avuto la medesima storia, ma negli altri non può funzionare.

Il turismo che conosciamo noi nelle alpi svizzere fino ad ora, è un settore che ha sempre necessitato enormemente di mezzi finanziari, che in molti casi non ci sono. Se si resta su questo modello, si finirà sempre per cozzare la testa contro il muro.

Bisogna quindi pensare a delle vie alternative...

Sì! L'essenziale è mantenere la Valle di Blenio "viva", che è un obiettivo ancor più importante che definire "come" farlo. Però non bisogna perderlo di vista; le misure che si prendono per mantenere la valle "viva" devono rispondere a questo obiettivo principale. Se lo si perde di vista, si incomincia a fare delle cose che diventano fini a loro stesse! Sviluppare il turismo in Valle di Blenio secondo me non lo si deve fare in maniera fine a sé stessa, ma bisogna farlo col fine di mantenere la vita in valle. Spesso succede che appena si comincia una cosa, si perde di vista il motivo per cui si la sta effettivamente realizzando, ma essa dovrà funzionare una volta finita!

Secondo me è pericoloso perché una realtà in cui si vuole introdurre qualcosa di nuovo, se questa opera non serve all'obiettivo generale allora bisogna riflettere sul perché la si sta realizzando. Il turismo fine a sé stesso secondo me è meglio non farlo, perché questo settore domanda comunque degli impatti ambientali e socioeconomici. Una regione senza turismo è comunque dal punto di vista paesaggistico più bella rispetto ad una zona rivolta al turista.

Lo scopo è il seguente; se il turista apporta della "vita" alla valle (soldi, possibilità di abitarci, eccetera), allora si possono anche fare delle concessioni. Ma se il turismo non porta niente, onestamente è meglio non farlo! Il turismo che viene fatto oggi in Valle di Blenio è un turismo che costa alla collettività pubblica, perché non è un turismo che apporta qualcosa. È pericolosissimo un apporto del genere, e questo non accade solamente in Valle di Blenio. Oggi per mantenere l'infrastruttura turistica i comuni devono pagare; i comuni di montagna devono pagare per far divertire e svagare la popolazione cittadina! È il contrario di quello che dovrebbe essere il turismo, che fa venire la ricchezza dei poli urbani e ridistribuirla sul territorio affinché la popolazione locale possa viverci.

Se non c'è questa nozione, è meglio non fare il turismo! Non dico che non bisogna farlo, ma sostengo che bisogna avere questa visione. Onestamente, e me lo sono chiesto spesso dopo essere partito dal Nara (perché negli anni in cui ho lavorato lì credevo che il Nara fosse il centro del mondo ed il posto più bello), si potrebbe chiedersi per che cosa si

mantenga in piedi tutto quanto chiedendo oltretutto ingenti sussidi. Se si ha un esercizio attivo per tutto l'anno, se si può giustificare il tutto con una sufficiente quantità di personale (che dev'essere tra l'altro formato) ... c'è un senso, anche paesaggistico perché oggi il turismo malgrado tutto come fa l'agricoltura può mantenere una certa diversità nel paesaggio. Se non ci fosse l'agricoltura e nemmeno il turismo ci sarebbe solamente l'avanzata del bosco e basta. Il turismo può dunque contribuire, contrariamente a ciò che si possa pensare, a garantire la diversità nel paesaggio.

Ma se non vengono prefissati questi obiettivi... se si ha un esercizio turistico molto speculativo aperto solamente nei fine settimana, a che serve? Bisogna mettersi in testa questo aspetto prima di sviluppare una strategia! In valle si sono perse diverse generazioni di sviluppo turistico negli anni, quindi a questo punto tanto vale prendersi tutto il tempo per fare un'attenta riflessione di tutti gli aspetti in gioco. Inseguire i modelli di successo del passato e di altrove secondo me è il peggior consiglio che si possa dare oggi alla valle! In ogni caso questi progetti non possono venir concretizzate perché non ci sono soldi, e senza soldi non si possono avere nemmeno i permessi; il turismo invasivo degli anni passati non è più possibile nel quadro legale di oggi!

ANNEXE XXVIII : Entretien avec Norbert Schmid,
responsable de l'office « Naturpark Diemtigtal »

Können Sie das Konzept «Regional Natur Park» von Diemtigtal beschreiben?

Ein regionaler Naturpark von nationaler Bedeutung. Es hat 17 davon in der Schweiz (regionaler Naturpärke) und dann gibt es noch der Nationalpark und dann gibt es noch einen Naturerlebnispark in Sihlwald bei Zürich. Die regionalen Naturpärke ist es ja eigentlich ein Standort Marketing für ländliche Gebiete und dort geht es darum die Natur und Landschaft zu erhalten und schützen, Umweltbildung, und Wirtschaft und Gesellschaft. Und zu Wirtschaft gehört natürlich auch Tourismus. Und hier im Tal, Diemtigtal, ist die Volkswirtschaftliche Situation so... 33% Landwirtschaft, 33% Tourismus, und 33% andere Wirtschaft (KMU Betriebe). Und entsprechend ist es auch so, dass sind die Eckpfeiler der Wertschöpfung. Und entsprechend ist bei uns in Naturpark Diemtigtal, dass der Tourismus eine wichtigere Bedeutung hat als in anderen Pärken. Also für uns es das wichtig. Jetzt ist es einfach so dass der Naturpark eine Geschäftsstelle hat, dass sind wir hier, und bei uns ist der Tourismus integriert. Also wir haben die Leute die du dort gesehen hast sind Projektleiter Naturpark, Umweltbildung, Natur und Landschaft. Ich habe auch Projekte in Naturpark in der Geschäftsführung und unten wir haben ein Tourismus Büro. Wir sind ein Team, aber wir haben zwei Budgets. Wir haben das Naturpark Budget (das sind 1,1 Millionen) und wir haben noch dem Tourismus Verein als eigenständige Verein mit einem Vorstand. Ganz ein normalen Tourismus Verein. Aber ich bin Geschäftsführer von beiden. Also es ist zusammen. Aber der Naturpark, die Geldgeber vom Naturpark, die haben den Anspruch, den berechtigten Anspruch, qualitätsbewusster Tourismus, naturrealen Tourismus, das machen wir hier so wie so. Aber, über den Verein, der Tourismusverein, haben wir wie ein separates Budget wo wir auch frequenzorientiert arbeiten können. Zum Beispiel Winterwerbung für die Bahnen. Also wir haben wie zwei Hebel. Und organisatorisch ist es so, es sind zwei Budgets, ein Verein, den Tourismus, den Naturpark ist bei der Gemeinde, einer Unterabteilung der Gemeinde, aber in der Kommission des Naturparks, sind die Vorstandsmitglieder hier vertreten. Also es ist Personell-verknüpft. (Koordination) Also das nur kurz zur Einführung.

Das Budget der Naturpark ist es «Confederation»?

Also das Budget der Naturpark wird zu zirka 40% vom Bund, 30% Kanton, und 30% finanzieren wir selber. Und daneben gibt es noch das Budget Tourismus, das sind es 360000 Franken, es ist ein kleiner Verein, kleines Budget, aber...es kommt noch dazu.

On a voté, chez nous, il y a trois années pour le ParcAdula, parc national...

Ja genau, schade aber eben...die Bevölkerung muss das wollen. Hier ist es auch so, Wir haben eine Abstimmung nächsten Frühling für weitere 10 Jahre.

Quel est le rapport, la relation de la population avec le parc ? Elle est d'accord avec le parc ou il y a des problèmes ?

Ich glaube die Akzeptanz ist gut. Denn wir sind klein hier und viele Leute aus dem Tal arbeiten mit dem Naturpark zusammen, dann steigt die Akzeptanz automatisch. Es gibt schon kritische Stimmungen, logisch, aber ist auch gut so. Ich glaube wir sind gut unterwegs.

Est-ce qu'il y a des limitations à la liberté de la population ?

Nein. Das ist ein Argument, das immer wieder kommt bei Leuten die gegen solch ein Modell gegen sind. Die Freiheit, die Handlungsspielraum dann eingeschränkt wieder stimmt nicht. Als Park hat man, tritt man den genau den

gleichen Gesetzgeber, Gesetze wie alle anderen auch, aber als Park, verpflichtet man sich schon überdurchschnittlich viel in Natur, Landschaft und Umweltbildung zu investieren. Das ist nicht immer sehr wertschöpfungsorientiert, und dort reibt sich schon es. Aber bei uns ins Tal haben wir das sehr gut gelöst. Es gibt drei Wahlen, hier ist eine...hier ist die grossen Gebiete, hier die kleinsten Gebiete. Skilift. Sommer und Winter, in alle diese Gebiete. Sind touristische Entwicklungszone. Da kann man Tourismus entwickeln wie man will. Da gibt es keine Einschränkungen. Einfach die Gesetze gelten wie für alle anderen auch. Also es gibt keine Einschränkungen. Aber... muss man sagen... keine Einschränkungen, aber Erwartungen. Das ist schon. Das ist für den Einheimischen nicht immer einfach. Von Bund und Kanton. Wenn du in einem Naturpark arbeitest hast du schon ein Verständnis über Natur und Landschaft. Das haben die Einheimischen nicht immer so.

Worauf basiert die Tourismusstrategie Diemtigtal?

Die Tourismusstrategie, es gibt eine Tourismusstrategie 2012 bis 2017, diese ist abgelaufen. Wir haben jetzt gerade, letzten Winter, einer Tourismusstrategie erarbeitet 2019+ Also 2019 bis ...2021-2022. Es ist die Grundlage. Ist ein Strategiepapier. Dort entscheiden wir jetzt welche Projekte, strategische Projekte gehen wir ein im Tourismus, und diese Strategie basiert auf einen Strategieprozess, Arbeitsgruppe (12 Personen), eine externe Firma, die uns begleitet hat, und zusammen hat das entwickelt. Es wird das gerade genehmigt, Ende Juni, dann werden wir kommunizieren... zur Bevölkerung, Presse, umliegende Tourismusdestinationen, etc...

Können Sie die Tourismusangebote vom Diemtigtal beschreiben...

Das touristische Angebot ist im Sommer...Nummer 1 ist Wandern. Wir haben 200 km Wanderwege, und zwar wandern in einer sehr ausgeprägt vorhandenen Landwirtschaft. Diemtigtal ist die bedeutendste Alpwirtschaftsgemeinde der Schweiz. In diesem Tal hat es über 130 Alpwirtschaftsbetriebe. Vor allem Familienbetriebe. Kleine Familienbetriebe. Die machen... Fleischwirtschaft, oder Käse, oder was auch immer.... Und das ist eigentlich so eine typische Beschreibung vom Tourismusangebot im Sommer. Dann haben wir leider im Kanton Bern keine guten Grundlagen fürs Bike... Wir haben die Biker, aber die regen sich wild irgendwo.

Aber die Sesselbahnen gehen mit Biker?

Nein. Die Sesselbahnen im Sommer fahren nur eingeschränkt. Die hintere, die Grimmialp fährt nur an den Wochenenden, Samstag und Sonntag bei schönem Wetter, und die grosse, die Vordere, die fährt an den Wochenenden, jetzt neu Mittwochabend, und während Ferienzeit Mittwoch bis Sonntag. Also eingeschränkt.

Und Sommertourismus ist auch gekennzeichnet durch sehr frequent-, bekannte, frequenzorientierte Standorte, wie der aller erste auf die Grimmialp der Grimmwurzweg. Das ist ein Familien-Themenweg. Das gibt es schon lange. Und dort kommen so 8'-9000 Gäste pro Jahr/Sommer. Und dann ein bisschen vorher ist hier gekennzeichnet wie Tiermatti der Wasserspielplatz. Das ist ziemlich einzigartig. Das ist aus dem Naturpark gekommen. Der Wasserspielplatz gross wo sehr stark frequentiert ist mit Individualgästen wo wir aber auch unsere Umweltbildungsprogramme zur Thematik Wasser durchführen können, mit Schulklassen oder... Und sonst haben wir noch vom Naturpark sehr viele Themenwege. Oder eine davon ist auch einzigartig in der Schweiz, ist der Schwingerweg und dort gibt es auch sehr viele Leute. Auch so... 6'-7000 pro Sommersaison.

Dann würde ich eigentlich sagen, das touristische Angebot im Sommer ist naturnah geprägt durch Landwirtschaft, und geprägt durch touristische Entwicklungszenen wo... zwei Bahnen im Sommer wirklich entwickeln können, wenn sie wirklich können und möchten.

Das Tal ist ein Tal mit schöner Natur, mit Kraftorte, und ich denke der bekannteste ist der Seebergsee. Das ist ein der schönsten Bergseen der Schweiz, und dort gibt es auch sehr viele Frequenz im Sommer. Dort kann man mit dem Auto hochfahren, aber muss man unten bezahlen, ist einer Privat-Strasse. Das ist Sommer. Im Winter das ist ein Tal mit Skifahren, wie überall sonst auch, sehr bekannt für Ski-Touren, Diemtigtal ist bekannt als Eldorado des Ski-Touren Sports, weil ist ein relativ einfaches und ungefährliches Gebiet, wobei letzten Winter es gab zwei Todesfälle, leider. Also, es ist auch hier nicht ungefährlich, wenn man es nicht richtig macht. Signalisierte Schneetouren, Routen und Langlauf. Und entsprechend auch Sommer und Winter Logiernächte haben wir zirka je 30000 (Sommer und Winter), und sehr viele Gruppenunterkünfte. Skiclub-Hütten, Gruppen-Häuser, Ferienwohnungen vor allem im Sommer sehr stark steigend und sehr wenig Hotellerie. Leider nur ein grösseres Hotel, über 100 Betten, und sonst ganz kleine Betriebe mit wenig Betten. Das so ganz kurz. Die Struktur ist eigentlich da im Tourismus Geschäftsbericht drin, mit der Logiernächten und Finanzen.

Und wie Hütten zum Beispiel und das Hotel funktioniert das ganze Jahr?

Ja, bei uns ist eigentlich im Sommer...es gibt ja viele Destinationen Wintertourismus im Sommer tot. Bei uns lebt der Sommer.

Wie war die Bevölkerung aktiv beteiligt?

Also, der Tourismusverein gibt es schon sehr lange. Also, es ist ein traditionelles..., man hat eigentlich schon recht früh mit Tourismus begonnen, zu hinderst im Tal, weil es wirklich sehr schön ist dort. Man hat sich eigentlich in diesem Tourismusverein organisiert. Und der Naturpark kam ja erst vor kurze Zeit, seit 12 Jahre, offiziell... noch nicht so lange. Also, die Bevölkerung ist integriert im Tourismusverein, und in den Naturparkprojekten. Etwas ganz wichtig, im Tourismus sind die Landbesitzer. Also die sind wichtig. Jeder Wanderweg, jeder Schneetourenroute braucht das Einverständnis vom Landbesitzer. Und eben, ist die Bevölkerung sehr aktiv beteiligt, auch in Arbeitsgruppen, in Projektgruppen, usw....Also die Involviering der Bevölkerung ist ziemlich ausgeprägt.

Können Sie die Hauptstrecken von Diemtigtal aufführen?

Kraftorte, Wanderangebot, Natur, ... die einzigartige Alpwirtschaft, und...relativ unberührt. Das denke ich ist die grosse Stärke.

Gab es Schwierigkeiten beim Verwertungsprozess der Region? Also meinst du damit...was für Schwierigkeiten das es gibt...?

Ja, die Herausforderungen, die wir haben im Tourismus ist...ist eine Abwärtsspirale. Betriebe gehen zu. Gastronomiebetriebe gehen zu. Der Tourismus geht eigentlich...nimmt ab in der Wertschöpfung. Und wir machen jetzt gerade dieses Jahr eine Tourismus-Wertschöpfungsstudie, und dann können wir vergleichen mit 2006 wo man das Potential in einer Studie formuliert hat. Wir sind daran sehr gespannt. Dann eine weitere Herausforderung ist die Qualität. Das Tourismusbewusstsein. Es sind 30%, aber eigentlich ist das nichts... andere Orte haben 100% (oder...Zermatt) und entsprechend ist es dort das Tourismusbewusstsein viel höher. Hier ist es einfach so dass im Tal man hat ein Landwirtschaftsbetrieb und noch ein Restaurant und noch etwas anderes. Und dann machst du viele Sachen aber...die Tiere sind das wichtigste, und dann ist der Tourismus ein wenig weniger wichtig im Sinn von der Umsetzung Qualität und so...Gastfreundschaft,...Das ist so aus meiner Sicht einer Herausforderung, also es ist einfach eine...es ist die Situation, ist die Konstellation. Und auch die Qualität der Gastronomie ist sehr unterschiedlich. Von sehr gut bis schlecht. UND...die Leute arbeiten zu wenig zusammen untereinander/miteinander. Jeder schaut für sich. Das sind so die Herausforderungen und Bike! Keine signalisierten Bike-routen. Nur eine...hier. Da hat es eine

signalisierte Bike-route, sonst nichts. Jetzt läuft einer richt-Plan Bike über der Planungsregion/Kanton. Also wir versuchen dort jetzt Schritte zu machen, dass man dann vielleicht...

Sie wollen dann auch Sesselbahn integrieren...?

Ja, hier bei der Schottin weil wir hier haben wir schon Downhill-Bike und jetzt würde es Sinn machen. Weil die Idee ist es im Richtplan das es hier ein Bike-Zentrum macht. Das macht Sinn. Also gut, die Downhill-bikes also, habe ich falsch gesagt. Hier mit dieser Bahn kann man Bikes transportieren. Hier nicht. Von dem her, ist es einer unsere grösseren Attraktionen das Radfahren...würde ich sagen...NEIN. Ist es nicht einer Hauptattraktion. Wir haben nicht die Infrastruktur dazu. Es ist wunderschön zu biken hier im Tal, aber du gehst einfach irgendwo, für dich selbst, entscheidest du wohin du gehst und du musst rücksichtsvoll sein, weil Wanderer kommen. Aber...wir haben nicht die Infrastruktur, dass wir sagen könnten das biken/Radfahren ist bei uns einer Attraktion. Würden wir niemals machen. Das ist es einfach falsch.

Der touristische Erfolg von Diemtigtal ...privat oder politisch?

Beides. Also, Tourismus ganz klar privat. Es sind die Leute hier. Und mit dem Naturpark konnte es auch von aussen...dort kommt es auch relativ viel Geld von Bern und da versuchen wir das heraus zu machen.

Zielgruppen?

Wir haben eine Gästebefragung gemacht, und wir wissen 80% von unseren Gästen kommen aus dem Kanton Bern. Also, wir sind sehr regional ausgerichtet. Weitere 10% aus umliegenden Kantonen, der Rest dann von der Schweiz übrig und ganz wenig vom Ausland. Entsprechend unserer Zielgruppe ist Grossraum Kanton Bern und rundherum aber wir machen keine soziodemografische Zielgruppe. Also...alle! Gruppen, Firmen, Familien, Senioren, Schulklassen ...für alle haben wir Angebote.

Wie ist die Struktur der Unterkunft

Wir haben Ferienwohnungen ganz Jahr, Sommer, Winter und Ganz Jahr. 60000 Logiernächte ganzes Jahr Alphütten, Gruppenunterkünfte, Hotels und Camping. Die sind das ganze Jahr offen.

Wie schaffen Sie es den Service über das ganze Jahr zu garantieren?

Wir haben kein Einfluss. Das ist privat. Die entscheiden wann... ob Sie offen haben, wollen zu...

Aber ...mit Angebot vom Park und soweit...

Ja das ist schon so. Die haben ganzes Jahr...Sommer und Winter. Und im Sommer mit dem Tourismus ist so 50/50... zirka. Winter hat es etwas abgenommen, Sommer ein wenig zu.

Die Bauern sind wichtig für euch...

Ja, eben die Bauern sind ganz wichtig. Weil...denen gehört das Land und 30% ist Landwirtschaft. Ein wichtiger Faktor, und mit ihnen zusammen muss man den Tourismus betreiben. Man muss man mit ihnen reden, man muss ihnen fragen, wenn man etwas machen will, man muss Verträge abschliessen. Also die Bauer, die machen mit. Die machen wirklich gut mit. Wirklich. Und der Nutzen, den sie haben ist natürlich...sie können ihre Produkte verkaufen, direkt vor Ort, mittels Kühlchränke, ... Die Bauern haben auch Ferienwohnungen, sie können Tourismus betreiben, und viele Bauern arbeiten im Winter bei den Skigebieten (Skilehrer, Skilifte, ...).

Und der Park ist nur hier im Diemtigtal?

Ja, eine Gemeinde, ein Tal und eigentlich kommt recht naher an einem Park. Weil ein Naturpark ein keinen Zahn. Aber die umliegend Bergen sind einfach Grenzen vom Park. Es kommt als Park daher. Im Gegensatz zu anderen Naturparks wobei mit zwanzig Gemeinden...ist nicht so homogen geografisch wie hier. Ein Tal, eine Gemeinde, ein Park. Ist cool, ja.

Wie beurteilen Sie im Allgemeinen den Tourismusansatz der Bevölkerung hier im Diemtigtal? La relation qu'ils ont la population avec le tourisme.

Ja, 30%. Das ist so nicht wie in andere klassischen Destinationen, ist das Bewusstsein nicht so hoch wie in anderen Regionen, wo man 100 % vom Tourismus, wie Zermatt, Grindelwald, Davos... und hier ist es nur so «nur» 30% und eben es gibt viele Leuten, Einheimischen die die damit künftig Geld verdienen können die machen mehrere Sachen...Landwirtschaft, im Winter Skilift, und...Produkte, noch arbeiten gehen irgendwo...entsprechend ist dann die Relation zum Tourismus oder das Bewusstsein zum Tourismus ist da, aber weniger stark ausgeprägt als sonst. Es hat auch Auswirkungen auf die Qualität und Innovation des Tourismus. Aber man muss mit dem Arbeiten das was man hat. Das ist wichtig. Es gibt genügend Möglichkeiten, um Tourismus machen zu können. Also sie wissen den Tourismus ist wichtig. Ja und Falls ich hätte es was Wichtiges vergessen, es ist nicht selbstverständlich es gibt viele Regionen, die haben das nicht, bei uns es gibt eine Tourismusförderungsabgabe. Also, alle Betriebe die direkt so wie so, aber auch indirekt vom Tourismus profitieren, alle Gewerbebetriebe, alle Landwirte, alle Tourismusbetriebe sowie so, zahlen eine Tourismusförderungsabgabe pro Jahr., und das zeugt von Identifikation mit der Tourismuswelt. Das ist ein Gemeindereglement und da hat die Bevölkerung bei einer Gemeindeversammlung irgendwann mal früher zugestimmt das dieses Reglement kommt. Also Sie bezahlen, teilweise natürlich nicht gerne, aber denn sie haben ja nicht direkt Tourismusbetrieb, aber da kommen doch zirka 60000 CHF pro Jahr in unserem Budget. Das ist diese Zahl Tourismusförderungsabgabe (75000). Also der Grund das die Zahlen hier so viel höher sind, ist das Jahr, das Tourismusjahr war bisher immer Juli bis Juni und jetzt wechseln wir auf Januar bis Dezember. Dieses Jahr ist jetzt von Juli 2018 bis Dezember 2019. Ein und Halbjahr darum ist es hier alles ein bisschen komischer.

Ist es Kanton Bern ein wichtiger Unterstützer?

Ja klar. Durch den Naturpark ist der Kanton Bern natürlich stark dabei. Hat schon den Fuss drin. Die geben Geld. Die haben Erwartungen. Die geben uns Möglichkeiten aber kontrollieren auch, sie schauen auch. Ist immer dasselbe. Wer zahlt der.... Befehlen tun sie nicht. Also sie schauen und sie lenken. Und sie sagen auch mal...Hei was acht ihr da... Drum ist der Kanton Bern als beteiligter von 1/3 des Budgets des Naturparks natürlich ein wichtiger Akteur und gibt es auch die NRB-Programme wo man Geld, Projekt eingeben kann für die Kantongelder finanziert im Tourismus, es gibt E-Natur, also es ist sehr wichtig. Und die Beziehung ist gut. Also wir haben eine gute Beziehung zum Kanton, auch menschlich...persönlich...

Das Tourismusbüro hat eine wichtige Rolle. Eben, wir haben unten ein Büro. Tourismusbüro mit Schalter, mit Telefon, und mit Öffnungszeiten und dort kommen Telefon, Schalterbesuche von Gästen und Einheimischen im Park. Und wir bieten alle übrigen Dienstleistungen einem Tourismusbüro, aber die machen auch viel für den Naturpark. Also wir sind ein Team. Also, in der Gemeinde Diemtigen ist der Anteil an Zweitwohnungen höher als 20%. Also es gibt keine neuen. Das ist Zeitwohnungsgesetz. So der Anteil es ist ziemlich hoch an Zweitwohnungsbewohner, also Leute, die hier eine Wohnung besitzen, von Basel, Zürich, das sind Leute die so etwas suchen. Und entsprechen ist die Identifikation im Diemtigtal ist gross. Wir haben im Dezember sind mehrere Hundert in Ferienwohnungen, Alphütten, Camping, Hütten. Wir haben in Dezember eine Infoveranstaltung für Zweitwohnungsbewohner, es kamen mehr als 40, es war sehr gut, die sind sehr konstruktiv, sehr zugewandt und sehr motiviert. Die haben eine hohe Identifikation

mit dem Tal und was wir machen, also ist sehr gut. Es ist wirklich eine interessante Ressource. Im Moment schauen wir, wir haben sie gefragt...»Ihr wollt ja nicht vermieten Ferienwohnung an Gästen?» Sie haben gesagt «Ja schon, vielleicht schon, aber uns fehlen die Dienstleistungen von Ort». Putzen, Schlüssel, und jetzt schauen wir nach Möglichkeiten Dienstleistungen anbieten zu können, damit wir noch mehr Ferienwohnungen haben. Noch mehr Logiernächte.

Une taxe de séjour est prévue pour les résidents secondaires ?

Ja, Kurtaxe, 2.50 für alle, Gruppen, Gäste, und für alle Gäste 2.50. 1.25 von 6 bis 16, und bis 6 ist gratis. Plus Beherbergungsabgabe 1.- pro Person. Das ist die Abgaben an Kanton

In welche Beziehung steht das Tourismusbüro mit Technologien?

In einer guten Beziehung. Wir haben, wir setzen auf Facebook und Instagram, und wir machen jetzt gerade einer neuen Webseite, ab Juni. Und diese Webseite ist dann die Drehscheibe des Marketings. Und wir sind ja so, wir haben Kompetenz im Online-Bereich. Also für uns ist es etwas wichtig. Wir gehen damit. Und...

Worauf basiert Ihre Promotionsstrategie?

Unsere Promotionsstrategie basiert auf unsere Marken, Entwicklung, Nah-bild und Wertvoll. Also wir haben von Januar 2016 bis Ende 2017, zwei Jahre lang haben wir einen Markenentwicklungsprozess gemacht. Eine Positionierung herausgearbeitet, daraus die Marke Diemtigtal entwickelt, sehr systematisch, und sehr stark zusammen mit der Bevölkerung. Und darum ist es auch akzeptiert im Tal. Und daraus hat man nun eine Kommunikations-... also ein CD erarbeitet, eine Kommunikation entwickelt, und jetzt fehlt noch die Webseite und dann sind wir fertig. Und in Bezug zu den neuen Technologien ist unsere Strategie ist... wir machen jetzt keine Werbestrategie, sondern eine Content-Strategie. Also, wir sind der Meinung, dass... also wir haben einen schönen Auftritt, wir haben schöne Bilder, aber die Bilder können von irgendwo sein, und darum ist es unseres grafischen Elements... kommt immer... das Logo ist das... Das ist kein Logo, das ist nicht unser Logo, sondern unsere grafische Verbindung, unsere grafische.... Also bei allen Bildern kommt den das, damit die Leute wissen AHA, das ist Diemtigtal. Und... wir sind der Meinung, dass die Inhalte, die Texte, die Geschichten... das ist unsere Strategie, also wir wollen uns abheben im Content von anderen. Damit..., wenn du das liest... auf Italienisch leider nicht, also wir sind nur deutsch und ein bisschen englisch, wenn du das liest, dann packt dir das. Das ist unsere Strategie. Und das hat auch viel mit neuen Technologien zu tun. Das ist die Basis.

Und ich denke ein Logo zu haben ist sehr wichtig, ist es einfacher zu Promotionen...

Ja, Logo ist schon wichtig, aber in unserer Kommunikationsgestaltung haben wir gesagt, wir rücken das Logo im Hintergrund. Das ist einfach für Briefschaften, aber in unserer Kommunikation ist das Logo, so grafisch nicht so wichtig, zum Beispiel...zwei Beispiele... Ein Angebot... »Essen und geniessen« das siehst du das... Gastronomie, ... Ah dort ist es nicht... unser Flyer. Schlechtes Beispiel. So, «wertvolle Wildrosen». Das ist unser grafisches Element, und dann kommt der Prospekt, und... das Logo ist dann hier im Hintergrund und dann unsere Partner... Kanton, Bund, Diemtigtal es ist im Hintergrund, das ist wichtig. Hier genau dasselbe. Hier sind unsere Erkennungszeichen, unser Partner ist hier da vorne drauf, irgendwo, wenn es überhaupt kommt, doch da... schwarz-weiss...

Le fait d'être un Parc régional et puis d'avoir une marque ça facilite la promotion ?

Ja! In der Grafik haben wir das Wort « Naturpark » drin. Im Logo nicht. Für uns ist es nicht so wichtig. Und das war schlau, weil damit haben wir das Logo... alle diskutieren immer über das Logo. Wir haben auch über das diskutiert.

Das war wichtig. Das haben wir einfach nur so. Ja schon, für uns ist das sehr wichtig, weil das ist unsere Erkennungsmerkmale nach aussen. Nicht das. Das, das ist unsere Werbung. Bilder mit Content...und das.

Die zukünftigen Projekte....

Viele. Tourismus...ist ganz klar Bike, Toiletten, wir haben zu wenig Toiletten an Wanderwege und so..., und Logiernächte entwickeln. Ganz klar Wertschöpfung, Wertschöpfung, Wertschöpfung, Wertschöpfung. Und eigentlich...einfach wieder das es aufwärts geht. Naturpark ist ...haben wir... dann haben wir aus der Strategie...also ist es noch nicht genehmigt, aber unsere Idee vom Team ist E-Fitness, und zusammen mit dem Naturpark einer Sensibilisierungskampagne, wo Gäste, die vor allem aus der Region kommen, und Einheimische, auf gleicher Augenhöhe wieder an zu gehen. Dann im Naturpark haben wir Schwerpunkt auf Produktmanagement, buchbare Angebote, viel mehr als jetzt, und Division Natursportzentrum Diemtigtal, als ein Ort wo man nicht nur Sport Winter-Sommer macht, sondern sich auch weiterhin ausbilden kann dafür und ein Naturpark gerecht verantwortungsbewusst sich in der Natur bewegt. Und die Sensibilisierungskampagne, da geht es um Abfall, um Respekt von den Landbesitzern, aber auch Respekt vom Landbesitzer zum Gast, und schauen das den Gast und Einheimische zusammenkommen. Zusammen mit Fahrbanke. Einfach Bänke im Tal die, wenn du dort sitzest, hältst der Einheimische und nimmt dir mit dem Auto mit. Solche Dinge. Und sonst im Naturpark, einfach das übliche, also das siehst du hier alles was wir machen an Projekte an Natur und Landschaft, Umweltbildung, Kultur, Energie, alles, einfach das fahren wir Standard, oder...

Aber muss das ein Privat machen...

Ja. Aber wir unterstützen. Wir können nicht ein Bike Hotel machen, muss privat kommen, aber wir helfen dann mit, weil wir interessiert dabei sind.

Bietet Ihre Region Besucher-Pakete an, also Packages?

Ja, aber zu wenig. Ab nächstes Jahr wollen wir mehr machen. Ich werde jemand anstellen dafür.

So, Sport mit Kultur, oder....

Ja, also...aus allen Themen, Natur, Landschaft, Umweltbildung, Produkte Tourismus, Übernachtung...Angebote, ja. Buchbare Angebote.

Welche Beziehung hat hier ...die Gastronomie? Spielt eine wichtige Rolle für das Tourismus?

Oh ja. Die Liebe geht durch den Magen. Aber ich habe vor schon gesagt es gibt...Gastronomiebetriebe sind zugegangen, es ist schwierig oder, es ist auch gesellschaftlich die Gründe, wer ist schon...bist du bereit ein Gastronomiebetrieb zu übernehmen hier im Tal zu arbeiten, 12-14 Stunden, Samstag, Sonntag, es ist nicht einfach. Und auch die Wertschöpfung ist einfach.... Man muss hier wirklich sehr gut sein. Ein gutes Konzept haben, man kann man Geld verdienen, aber ist schwere Arbeit, schwere Arbeit. Drum die Betriebe gehen einfach mehr und mehr zu, und das hat zur Folge, dass das Gastronomieangebot im Tal...wird mehr und mehr ausgedünnt. Es gibt Tage da haben alle zu, und du als Guest kannst du kein Geld ausgeben. Es gibt. Und drum unsere Gastronomie ist nicht einfach, ist auch sehr schwankend, ist...es gibt ganz gute Gastronomie hier im Tal und es gibt auch leider weniger gute. Das merkst du als Guest. Und dort versuchen wir auch, halt auch ...wie soll ich sagen...ich kann nicht zu Gastronomie gehen und sagen ...«ihr müsst besser machen», oder? Ist schwierig, oder...Wenn Gästerückmeldungen kommen, gehen wir das an, nehmen wir konkret in das Hand, wir kommen zusammen mit Ihnen, wir thematisieren, wir versuchen das wir besser zusammen arbeiten, dort werde ich eine Einladung machen im Juni

für Kooperationsideen, wir versuchen Ratschläge zu geben, es ist jetzt...ein Betrieb wurde gerettet, aber jetzt gibt es eine AG, aber kein Gastronom, habe ich jetzt dieser Person, den Verwaltungsrat gesagt, ihr müsst jemand holten aus der Gastronomie, dann ein Konzept machen, dann schauen ob die Geschäftsführung darin passt, und sonst jemand anders suchen. So in dieser Art wir versuchen zu unterstützen.

Aber in Gastronomie, die lokalen Produkte sind sehr...

Die werden in der Gastronomie zu wenig integriert. Das haben wir mal letztes Jahr das ja thematisiert. Das haben wir diskutiert. Das waren immerhin 8 Leuten am Tisch, braucht es nicht mehr lokale Produkte, denn sie sind ja da, und sie haben dann schon Gründe aufgezählt, es ist nicht immer einfach, immer gleiche Qualität, immer liefern können, wenn du auf die Menükarte nimmst, muss immer da sein, es ist nicht immer einfach. Darum, die Direktvermarktung von Produkten im Tal ist super, aber die Integration in der Gastronomie ist leider nicht...ist noch zu wenig. Aber da kann der Gastronom nicht immer etwas dafür. Da muss auch der Landwirt sensibel sein.

Aber, die lokalen Produkte, den Verkauf hat Erfolg?

Ja, Ja, Wir haben Produkte im Coop. Naturparkprodukte. Wir haben ein Label Markenprodukte, die werden hier in Kühlschränken verkauft, organisiert im ganzen Tal. Es läuft super, oder...

Für Gäste mache Sie eine Anfrage...vielleicht für Feedbacks, für Vorschläge...

Ja, ein Gästerückmeldesystem. Wir haben ja Q1, und im Q1 ist der Standard, ja. Doch. Und jede Rückmeldung geht es über mich. Jede.

Und dann vielleicht..., wenn Sie etwas besser machen

Ist immer alles möglich, es kann sein das ich direkt zurückschreibe und ist erledigt, es kann aber auch sein, dass ich telefoniere, es kann sein das ich delegiere...»mach du das bitte», jede Rückmeldung ist anders. Es kann sein das wirklich Staub ausgebildet...Es kann sein das ich zurückschreibe und der Gast sagt «ah ok, habe ich nicht gewusst, danke...» alles möglich. Aber...wir bekommen relativ wenig Rückmeldungen. Und die Gästebefragung das im 2016... hat gezeigt das die Gäste sind einfach zufrieden bei uns. Die Einheimischen haben immer das Gefühl man muss Infrastruktur, Gastro Entschaffung, hier...und der Gast hat gesagt... «ist gut». Es ist wirklich repräsentativ, schwarz auf weiß, kann ich zeigen, Gast ist... für den Gast stimmt es. Aber es heißt ja nicht das es wir nichts machen, natürlich haben wir Baustellen, eben...Bike-Signalisation, Gastronomie, Gastfreundschaft, größeres Bewusstsein, grosse Themen,

Est-que les gens qu'ils travailles là ils ont des bonnes connaissances, peut-être ils ont déjà tous vu

Wir haben Leute, die hier wohnen. Und die anderen müssen das Angebot kennen. Und wenn man hier arbeitet ist eine hohe Identifikation da, und ist es normal das man auch privat dann ins Tal geht. Mal mit der Familie am Sonntag irgendwo ins Tal geht, dann lernst du das Produkt noch besser kennen. Aber auch während der Arbeitszeit. Sagen wir, wenn jemand neu kommt, sagen wir geh...man macht ein Tal tour, man ist mit einer einheimischen Person ein Tag lang, und dann punktuell Dinge anschauen gehen. Also die Leute bei uns wissen gut Bescheid. Ist ziemlich einfach hier. Es ist schwieriger, wenn du in einer Destination arbeitest, die viel größer ist. Bei uns...dass haben die gut im Griff. Wenn du bei uns fragst, bekommst du gute Antwort, oder, im schlimmsten Fall sagt die Person «weiss ich gerade nicht, ich melde mich wieder, muss ich nachfragen gehen».

Il y a des gens qu'ils font des guides aussi pour...sont capables de prendre les gens et les guider ?

Ja, aber nicht wir selbst. Also hier wir selbst machen es auch, aber wir haben Leute im Tal die das machen. Ziemlich freiwillig Arbeiter. Für Exkursionen. Wir machen viele, aus der Naturpark, viele Exkursionen, jeden Sommer, im Winter hat es auch Einheimische, die machen geführte Schneetourenwanderungen, und wir haben Exkursionen an den Häusern entlang, Kultur, Häuserkultur,

So sie sind offizielle Mitarbeiter, oder Private...

Private, aber wir bezahlen die. Das uns ist... das sind die freien Mitarbeiter. Wir haben über 200 freien Mitarbeiter. Die machen Wanderwege, Exkursionen, Betreuungen an Schulklassen, an Veranstaltungen, Naturparkprojekten, Birkhühner zählen, Bäume kartieren, Bäume zählen, alles... Ja, sind... wir bezahlen pro Jahr zirka 60000 Franken an freie Mitarbeiter,

Aber es ist etwas das du zahlst aber...

Ja, plus 40000 für die Wanderwege also 100000. Und dann die Promo -teams. Die Promos für die Produkte im Coop. Saisonprodukte. Sind auch freien Mitarbeiter. Die gehen Freitag, Samstag im Coop, und verkaufen unsere Bild.

Was sind die kultural Hauptattraktionen?

Ist ganz klar der Häuserweg, also dort... der Diemtigtaler Hausweg ist Bestandteil von bekannten Simmentaler Hauswege. Also dort gibt es Routen im Diemtigtal wo du dann wunderschönen Häuser siehst. Die Simmentaler Häuser. Und... das kann man auch mit e-Bike machen. Kann man hier mieten. Das ist das eine. Und da gibt es auch Exkursionen immer wieder. Das andere ist eine sehr lebendige Kultur im Tal Theater und Gesang.... Jodel. Jodelclubs. Es gibt viele Jodelclubs. Es gibt auch sehr bekannte Jodler und Jodlerinnen die bekannt sind in der Schweiz. Dann gibt es auch sehr stark Kunsthhandwerk, wir haben immer im Sommer vier Wochen lang eine Ausstellung, mit Kunsthhandwerk und Malereien, und schlussendlich gibt es auf der Liste der lebendigen Traditionen im Kanton Bern haben wir drei Eingaben gemacht und vor zwei Jahren, die wurden alle akzeptiert. Die sind auf diese Liste drauf... also Zimmermannskunst, die Häusern, Viehschauen, und Viehsteigerungen, also die Bewertung der Kühe ich sage immer die Miss-wahl und der Viehhandel. Da kommen viele Bauern und da kaufen ihr Vieh, das ist auf der Liste der lebendigen Traditionen, und das dritte ist ein bisschen komisch... Trial. Das ist ein Töff... Geschicklichkeitssport. Ist auch auf der Liste der lebendigen Traditionen, weil hat eine grosse Tradition im Tal. Das ist so. Und eigentlich die wichtigste Kultur... Schatz ist eigentlich die Streu-Siedlung im Tal, also sehr sehr... ist noch intakt. Die Gemeinde hat ein sehr gutes Bau-reglement. Man muss... man kann nicht einfach irgendwie bauen, und Diemtigtal hat vor über 30 Jahren, den Wacker-Preis gewonnen.

ANNEXE XXIX : Enquête qualitative : répondant 1**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Reputo la situazione turistica molto problematica. A parole siamo molto bravi con "Mission" - "Visioni" - "Progetti sostenibili" e quant'altro, poi a fatti diciamo che tutto questo non si traduce proprio in realtà. La realtà è che le strutture alberghiere chiudono, gli autoctoni non investono in questo settore. Sono le persone che vengono da fuori che comprano case datate e le trasformano in B&B, cercando di far ripartire un minimo di ospitalità. Manca una vera e propria cultura dell'accoglienza, a tutti i livelli dal ristoratore all'azienda agricola, insomma è tutta la Società che deve essere convinta che il turismo può e deve essere una forma importante di benessere per la Valle. Manca anche la comunicazione di chi fa cosa, e speriamo che con il progetto "BLENIO VIVA" si possa almeno colmare questa mancanza. Grazie a "Blenio bike" si è aperto il mondo alla MTB, però il lavoro di coinvolgimento della Società è ancora un lungo cammino da affrontare, è un'opportunità di sviluppo del turismo che non è ancora vista come tale da troppe persone. Il turista che soggiorna in Valle più di due notti è principalmente il proprietario di case secondarie, il turista altrimenti è di passaggio un paio di notti e se ne va, solo per citare un esempio la Valle di Blenio dovrebbe essere la nuova mecca della MTB ticinese e non esiste un BIKE HOTEL, Direi che questo dimostra la realtà dei fatti.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

La gente non è molto aperta, la sensazione è quella che gli autoctoni pensino "Noi siamo così se vi va bene è così altrimenti andate pure da un'altra parte". Un discorso che da una parte può starci ma dall'altra se vogliamo che la Valle non muoia dobbiamo dare un'opportunità di sviluppo ai giovani vallerani. Il turismo è un'opportunità, e alla base del turismo ci sta l'accoglienza. In tutti i posti al mondo che puoi visitare, anche se bellissimi se trattato male non ci torni, ma se trattato bene ci torni magari per i prossimi 20 anni. La paura dimostrata con il progetto ParcAdula è quella che in Valle possa arrivare qualcuno che dica agli autoctoni cosa debbano fare. Peccato perché i primi attori sono i vallerani che devono costruire i presupposti e le regole per far funzionare il complesso meccanismo del turismo.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Sicuramente il MTB! Le basi ci sono perché il territorio è fatto su misura per questo. Esistono già una marea di sentieri anche non ufficiali che se messi a posto sono adeguati anche per le biciclette. Io definisco la Valle di Blenio il mio vero e proprio parco giochi. Il mio sentiero preferito è quello della Bassa Valle di Blenio, perché lo puoi percorrere praticamente tutto l'anno, puoi passare delle ore, e non passi mai dallo stesso punto; su e giù, da nord a sud e da sud a nord, tutto in completa sicurezza, sentieri e strade percorribili senza incontrare praticamente un veicolo.

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Piatta in questo momento... secondo me sono ancora in fase di rodaggio dopo la fusione. Adesso con questa nuova gestione ho la speranza che il CdA dell'OTR prenda in mano veramente la situazione dando delle visioni politiche e turistiche alla regione intera. Perché secondo me i pacchetti turistici non si fanno solo tra Malvaglia ed Olivone; l'occasione è di andare a Locarno o a Lugano e portare qua i visitatori! Visto che attualmente per dormire non possiamo offrire molto, a noi va bene anche il turismo di giornata, tanto il visitatore spende! Se si è capaci di farlo spendere, il visitatore spende! Per quanto riguarda la Lex Weber, io ritengo che per la Valle di Blenio non sia un ostacolo, ma un'opportunità perché di appartamenti, case sfitte e rustici malmessi ne abbiamo un'infinità; io trovo piuttosto che come freno a tutto questo sia il fatto che non si sia ancora trovato un accordo con Berna per la questione della ristrutturazione delle case fuori dalle zone edificabili. Il problema è questo e di sicuro non la Lex Weber, perché frangendo anche in altri posti la costruzione di case secondarie, è il momento in cui la Valle di Blenio deve svegliarsi e

capire che le costruzioni ci sono, bisogna solamente metterle a posto. Ci potrebbe essere questa possibilità con queste cooperative che stanno arrivando anche in Ticino adagio adagio, ma forse è un modo per coinvolgere un po' tutto il substrato della società. In ogni caso non la vedo di certo come un ostacolo. Per quanto riguarda invece il discorso delle tasse, è una legge che è stata fatta. Io sono del parere che se le tasse sono utilizzate convenientemente, ben venga pagare le tasse. Se invece le tasse si utilizzano per pagare i funzionari e realizzare ricerche inutili come abbiam fatto negli ultimi vent'anni, allora poco serve a pagare le tasse! Il sistema dei letti può andare, non ho un'alternativa da proporre a dir la verità. Ma io sono contenta di pagare questa tassa se poi noto un certo riscontro! Come si diceva prima, io in questi cinquant'anni non è che abbia visto questo grande cambiamento... criticiamo Bellinzona nell'aggregazione e che non fa niente, ma non è che prima si sia fatto chissà che cosa, se non una distribuzione a pioggia alla bocciofila piuttosto che ad altro...

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Il cantone in sé sì. Sicuramente se si è capaci di chiederli correttamente! Il cantone dà, se si chiede, se si hanno dei progetti concreti.

ANNEXE XXX : Enquête qualitative : répondant 2

1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?

In crisi; ci sono molte potenzialità, ma la valle non è strutturata, non è organizzata e manca anche lo spirito di accoglienza. A noi come vallerani, nella nostra concezione, manca un po' questa componente. Non dico che si è in giro col forcone a scacciare i turisti, però c'è un po' questo preconcetto. Pian piano però si sta cambiando col fatto che le nuove aziende agricole si stanno ampliando verso il negozio, quindi con l'attività di compravendita e l'agriturismo; questo è già un bel passo! Però c'è ancora molto su cui lavorare. C'è poi l'aspetto della categoria professionale dell'albergatore o esercente che è mal vista, è percepita come una professione di serie B! Questo non è vero, perché se uno fa bene questo mestiere, con coscienza, si impegna e da la sua bella impronta all'occupazione, penso che sia un bel lavoro da svolgere anche nella nostra valle. Quante valli ci sono come il Trentino, ben curate e ben gestite, in cui anche giovani si occupano di questo?

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Bisogna lavorarci. È difficile anche dire come. Però io trovo che in confronto a trent'anni fa la cosa sia già cambiata. Reintrodurre, come dicono, il concetto a scuola mi sembra un po' eccessivo; però una sensibilizzazione già da piccoli, questo può essere interessante. Il collaborare magari con altre scuole, aprirsi ad altre visioni... Per il comune, il fatto di organizzare delle serate informative può essere interessante. Per esempio, si vuole farlo con il progetto del Polisport, non solo per informare che il progetto sta partendo così da permettere alla gente di essere al corrente di quello che sta succedendo, ma proprio per questo aspetto, per dire che non è vero che tutto cade; c'è un mondo che potrebbe aprirsi! Non è però sempre colpa del comune, non sono sempre le istituzioni che devono fare le cose! Anche il privato deve veramente lanciarsi in questa iniziativa, anche se non è semplice. Un anello debole della catena è il fatto che i privati non hanno grossi aiuti finanziari per partire! Penso ad esempio al contadino, che ha dei sussidi se costruisce lo stallone nuovo, ha un certo aiuto per cominciare... per le strutture alberghiere c'è qualcosa, ma secondo me non è sufficiente. Anche perché in Ticino siamo i soliti complicati, ci sono delle esigenze restrittive riguardo alle dimensioni delle cucine... se qualcuno compra una struttura particolarmente vecchia tutto è proibitivo, perché deve ristrutturarla con le norme vigenti, spendendo già quasi tutti i fondi. In più magari bisogna metterci l'inventario e altre cose... è dura! Ci vorrebbe qualche aiutino in più forse.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Ci sono naturalmente i tre progetti che coinvolgono il Comune di Blenio; il Centro Nordico di Campra, l'Osservatorio di Gorda e il Polisport. Poi c'è senz'altro il progetto Mountain Bike con il bike sharing; c'è tutto un mondo attorno alla bicicletta che coinvolge tutta la valle, da Biasca fino al Lucomagno. Trovo quindi che questo aspetto sia un buon progetto, che potrebbe anche fare da "trait d'unione" con gli altri comuni e creare delle sinergie assieme... c'è anche la Val Malvaglia che sta costruendo parecchio. Ripeto; sarà anche semplicistico, ma si tratta di mettere in collegamento quello che esiste già e trovare, con delle interconnessioni, delle attività in comune che possano trovare su tutto il percorso degli spunti interessanti. Magari a temi; può essere lo sport, la scienza, l'escursione anche a livello "soft" e non solo l'alpinismo, poi c'è anche l'aspetto didattico con le scuole; si è perso un po' questo giro! Quindi i gruppi, le famiglie... magari trovare qualcosa in questo senso. Anche l'aspetto storico, perché comunque la Valle di Blenio ha tanto da dire! Viene spesso dimenticato questo... Il Centro Termale sarebbe il benvenuto se venisse realizzato. Però non lo cito più perché ormai sono più di quarant'anni che girano progetti... bisogna chiedere al Comune di Acquarossa, su questo soggetto non mi espongo. Se lavoriamo a piccoli tasselli, tante gocce riempiono il vaso! Vedo un po' il tutto in un'ottica

di questo tipo; non concentrare tutto in un unico punto, perché se poi non c'è più quell'elemento crolla tutto. Però ben venga, anzi io auspico che qualcosa si muova.

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Devo dire che non è semplice da quando è stata istituita la nuova Organizzazione Turistica Regionale che mette insieme quattro regioni assieme. Se a livello teorico poteva essere una buona soluzione, a livello pratico trovo che le esigenze di Bellinzona siano molto diverse da quelle delle valli. Credo che spesso quando loro sono in ufficio forse non se ne rendono nemmeno conto. Primo aspetto è questo, quindi la cosa è già partita un po' così. Poi c'è l'aspetto finanziario; secondo il mio giudizio, da quello che incassano il risultato non è ottimale. E non solo magari per l'operato, ma anche per il regolamento proprio della legge turistica. La legge turistica di base non permette agli operatori e all'OTR di poter svolgere un lavoro ottimale. Quando si pensa che per il marketing OTR, dei vari milioni di budget ha a disposizione 300'000 franchi all'anno... cioè, niente! E questa la dice tutta... Secondo aspetto; le valli, in particolare la Valle di Blenio che non ha un secondario forte, ha bisogno del terziario, e la valle ha bisogno proprio economicamente come il pane del turismo. Non è quindi come Bellinzona, poiché loro comunque economicamente hanno già la possibilità di svolgere altre professioni. Noi adesso vorremmo veramente puntare sul turismo. Per Bellinzona forse il turismo è un aspetto secondario; sì, hanno i castelli per carità, però non so quante persone di Bellinzona lavorino nel turismo... per noi invece è una questione quasi di vita o di morte direi, per cui ci sono delle aspettative molto diverse. Si chiedono finanziamenti ai privati, si chiedono finanziamenti all'ente pubblico, e non poco, e poi magari hanno dei regolamenti molto rigidi, e questo non va bene. Però, come in tutte le cose, se c'è una persona che prende a cuore la questione, anche con poco potrebbe fare molto. Se uno ha la sacra fiamma dentro, l'entusiasmo e la passione, magari con le idee e la buona volontà potrebbe fare molto di più secondo me. Stanno lavorando al 50% delle potenzialità per essere gentili!

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Per quello che sono i progetti, sì. Secondo me c'è piuttosto una problematica verso i privati. Per chi intraprende una carriera di alberghiere, trovare dei finanziamenti è difficile. Per le banche queste attività commerciali sono tra le ultime nella lista per i finanziamenti. Questo lo si nota già con il caso del Polisport; si tratta di una struttura para-pubblica perché il capitale azionario comunale rappresenta i cinque settimi, ma è comunque considerata un'attività commerciale. Quindi i parametri per i crediti cadono verso il basso... Secondo me a livello cantonale forse qualcosa in più per i nuovi imprenditori lo si potrebbe dare, un aiuto di partenza. Magari c'è qualcosa per le nuove attività in generale, come le start-up. Si sta lavorando un po' in questo senso. Però l'aspetto turistico è forse il settore più in difficoltà. È difficile cambiare le cose perché comunque è un insieme di enti, di privati, di comuni... però mi è capitato di parlare con un rappresentante del Partnerschaft, che mi ha chiesto come mai non interpellavamo la Scuola Alberghiera per fare uno studio; sì, la si può interpellare, ma non so che livello potrebbe avere una scuola alberghiera come la loro! Qualche aiutino in più potrebbe dare una mano ai nuovi imprenditori, questo di sicuro.

Secondo me il grosso lavoro consiste nel convincere i giovani a intraprendere queste professioni. Chiaro che c'è un grado di rischio, ma oggi anche se faccio l'impiegato in banca magari posso essere a rischio... magari questa piccola crisi potrebbe dare lo spunto a qualcuno in più per lanciarsi in un'avventura del genere. Però deve avere tutti i presupposti, e questo lo dovranno fare i comuni e la valle in generale; creare tutti i presupposti per sostenere il privato che vuole buttarsi in attività di questo tipo. Le istituzioni di aiuti finanziari ne accordano già ora, non lesinano! Se pensiamo a tutti questi progetti, senza il sostegno del comune sarebbero già morti in partenza!

ANNEXE XXXI : Enquête qualitative : répondant 3**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Secondo me, la situazione turistica generale della valle non è così negativa, ma rispetto al potenziale è nettamente inferiore. Non è così negativa perché in fin dei conti io per primo credo, ma sarebbe illusorio e nessuno lo vuole, che la Valle di Blenio non necessiti una situazione di turismo di massa. È più indicato avere una situazione di turismo quasi di nicchia, composta da una parte di turismo endogeno, perché in fin dei conti ci sono tanti ticinesi che come me non stanno più in valle per motivi di lavoro o hanno delle residenze secondarie o che si recano in valle per sciare, e che ritrovano queste strutture di natura familiare, ma anche perché ci sono turisti provenienti da fuori cantone che vengono in valle alla ricerca di una situazione meno di massa. Dall'altra parte penso che il potenziale sarebbe superiore andando semplicemente ad attivare maggiori sinergie tra i vari operatori che propongono delle offerte turistiche, e avendo una sorta di progetto federatore, qualcosa che sta un po' sopra a tutto, quello che manca attualmente dopo il no al progetto ParcAdula. Se pensiamo anche a livello di una certa forma di turismo, la Valle di Blenio è comunque profilata sul turismo scientifico; se si pensa alla Fondazione Alpina per le Scienze della Vita ad Olivone e al Centro Pro Natura sul Lucomagno, quello che è legato alla natura e alla scienza attira molto. Si lavora molto bene in sinergia, io per esempio ho fatto delle escursioni per il progetto ParcAdula o per Pro Natura e la FASV, però manca quell'ente cappello che permette di canalizzare un po' tutto. Io questo lo vedeva un po' nel progetto del Parco Nazionale ParcAdula. Ho notato che dopo il rifiuto del ParcAdula c'è stata una sorta di frenata a livello di progettualità, una sorta quasi di disillusione. È poi vero che, va detto, il progetto del Parco era la panacea a tutti i mali, perché il Parco è un'istituzione ma sta poi sempre all'iniziativa individuale degli enti che devono generale beneficio e creare delle sinergie. Non si può pretendere che arrivi il Parco e risolva tutti i problemi da solo! Perché altrimenti si sbaglia dal principio... Però almeno dava quell'idea di fare qualcosa di nuovo, di essere federali e di proporsi anche su scala più ampia come massiccio o regione dell'Adula... credo che questo abbia frenato un po' tutto. Vedo però che comunque la voglia c'è. Se resto nella sfera del turismo culturale, per una valle di 5'000 abitanti l'offerta è altissima; sfido chiunque a trovare una valle alpina, tranne forse la Leventina, dove c'è un museo etnografico, la fondazione Titta Ratti, l'Atelier Genucchi, l'Archivio Donetta, il Cinema da non dimenticare... e poi tutta una serie di altri attori come la biblioteca comunale di Blenio che propone spesso delle serate di lettura... c'è veramente tantissima offerta a livello culturale, pur essendo una valle periferica, anche se io non condivido l'utilizzo di questo termine: sono comunque geografo di base e questo concetto di centro e periferia non lo amo molto... Però appunto, abbiamo una notevole offerta pur non essendo una zona urbana.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Anche qui, paradossalmente, si parla sempre del turismo come di uno degli assi portanti a livello economico ma guardando le statistiche questo risulta non vero, ma io ho l'impressione che in generale, usando termini abbastanza forti, nel ticinese e al blenieco nello specifico c'è sempre un po' questo desiderio di farsi gli affari propri. Gli va bene il turismo che fa funzionare le cose, che ci siano dei servizi generati dal turismo, però dall'altra parte gli piace ancora essere tranquillo senza frotte di gente sui sentieri... Secondo me l'approccio della popolazione è un po' ambivalente. Da una parte si vede il turismo come una risorsa che può essere importante, soprattutto pensando al turismo locale. Stazioni come Campo Blenio e il Nara senza il turismo locale non sopravviverebbero. Dall'altra parte, si denuncia sostanzialmente sempre una certa situazione negativa, ma che in fin dei conti così negativa non è; se davvero le cose andrebbero così male, si sarebbe spinti a darsi maggiormente una mossa. Invece probabilmente c'è una situazione non ottimale ma nemmeno così negativa, che va sostanzialmente bene alla maggior parte della popolazione.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Ci vorrebbe un progetto faro; è uguale quale. Poteva essere il ParcAdula, potrebbe essere una sorta di rilancio dell'attività termale ad Acqua Rossa ma non per forza di resort ad alto standing ma sul modello di Leukerbad o Ovronnaz che sono bagni patriziali... non ci vorrebbe molto, però penso ad un progetto locomotiva che si riallaccia a quello che ho detto prima. Io lo vedo nel ParcAdula questo tipo di progetto faro che permette poi di creare delle sinergie positive. Adesso come adesso non lo vedo. Penso però che tutta questa idea dei sentieri tematici, si valorizzazione e rafforzamenti della rete escursionistica secondo me è molto buona. Chiaramente venendo a mancare il progetto faro viene a mancare questo elemento attrattore. Pur essendo una delle vallate alpine più belle per l'escursionismo con una rete quasi infinita, o si ha già delle persone che già conoscono il sentiero perché l'hanno già percorso, o è difficile avere delle persone che vengono a scoprire la valle, se non come attività collaterale legata a qualcosa d'altro.

Campra è differente; va ad agire soprattutto su una parte della stagione. È vero che può avere un ventaglio quasi a dodici mesi, però lo vedo soprattutto focalizzato sul turismo invernale. Io penso che sia importantissimo, ma non vedo Campra come il progetto faro che possa fare da traino. Lo vedo come quegli elementi molto ben impostati, come per esempio il Centro Pro Natura sul Lucomagno, tutto ciò che gira attorno al Centro Gioventù e Sport e alla Fondazione Scienze per la Vita che funzionano molto bene, e altre attività come la Fondazione Germanionico in Valle Malvaglia, piuttosto che altre attività più piccole. Però tra tutte queste non vedo l'attività che assumi il ruolo di locomotore, al di sopra delle parti che possa far da traino. Purtroppo, la soluzione non ce l'ho perché non sono né un esperto di turismo né un economista...

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Personalmente giudico buono l'operato dell'OTR, perché è sempre facile criticare come se fosse colpa dell'organizzazione la riorganizzazione che c'è stata degli enti turistici. Scinderei in due le cose: la riorganizzazione che ha portato i vari Blenio Turismo e Leventina Turismo a creare l'OTR non è un prodotto dell'OTR. Perciò gli stessi che lavorano per l'OTR sono delle virgolette delle vittime di questa riorganizzazione e devono fare della promozione turistica con quello che hanno. Poi è vero che se si ha una visione Blenio-centrica magari può prevalere, come è risultato ultimamente, una visione piuttosto negativa. Se si avesse una visione un po' più regionale, io non trovo negativo il fatto di avere il polo di Bellinzona come attrattore che crea in seguito una sorta di redistribuzione delle attività turistiche sulle valli che fanno capo alla Organizzazione Turistica Regionale Bellinzonese e Alto Ticino. Anche perché sostanzialmente ha un patrimonio mondiale riconosciuto dall'UNESCO, c'è una certa concentrazione di offerte... forse anche lì il problema è che c'è una soluzione forse un po' ibrida, tra quello che erano i singoli enti turistici regionali di prima e una cosa più centralizzata ma che ha comunque varie destinazioni. Paradossalmente, e questa è una cosa tipicamente svizzera, bisognava cambiare forse molto più radicalmente la cosa. Avendo un solo ente che permetteva però maggiormente di irradiarsi sul territorio. Invece ora trovo macchinoso questo funzionamento; un solo ente, vari rappresentanti nel CdA... si ha quasi l'impressione che il blenie, il leventinese o il rivierasco sono in rappresentanza della loro valle. Se invece si comincerebbe a ragionare in modo più globale, dicendo di essere nel Consiglio direttivo dell'OTR-BAT, e quindi mi interessa sia di quello che arriva dal Lucomagno, dal Gottardo e nel centro di Bellinzona, forse ragionando in questa maniera l'OTR stesso diventerebbe uno strumento più performante di valorizzazione turistica.

Lo scopo di avere una regione unica è quello di ragionare come un'unica regione; a me ha sempre colpito, perché essendo geografo anche io ho delle esperienze nel turismo, il caso della Romandia in Svizzera. Questa regione al di fuori dei suoi confini si vendevano come "Matterhorn and Geneva region"; c'era quindi una comunicazione turistica che legava il Cervino al lago di Ginevra, creando una destinazione unica. Io mi sono sempre chiesto; ma perché non

possiamo avere pure noi un concetto come "Bellinzona and Gottard region" ... invece ognuno vuole tirare nel suo piccolo i visitatori... tutto è frammentato; c'è Bellinzona, poi molti elementi fuori dal centro come Sementina, poi c'è la Riviera che oggi con le aggregazioni non si capisce più bene dove si trova, le valli superiori ... vedo che è un po' questo il problema. Poi è chiaro che ci si va a vendere come regione unita non all'interno ma su una clientela forse nemmeno europea, dove si va ad attirare la gente con dei pacchetti dal San Gottardo alla Greina in una Capanna Alpina ai Castelli. L'offerta c'è! Le capanne alpine, i sentieri escursionistici, le mountainbike con i bed and Breakfast per questo tipo di attività... secondo me l'offerta c'è, bisogna però creare la sinergia e creare il famoso pacchetto.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Io penso che si va a guardare gli investimenti fatti sul territorio della Valle di Blenio non c'è da lamentarsi. È chiaro che si vuole sempre di più, però come dicevo prima abbiamo ancora un livello di servizi invidiabile in valle. Sfido qualsiasi altra valle alpina, soprattutto fuori dalla Svizzera, ad avere un livello di servizi come il nostro. Forse siamo abituati troppo bene. È poi vero che per quel che riguarda il discorso legato al caso dell'Ospedale di Acquarossa la cosa non era stata gestita benissimo però questo esula dalle mie competenze. Se io vedo un problema di finanziamento, è soprattutto legato al cambiamento tra la vecchia LIM [Legge federale del 21 marzo 1997 sull'aiuto agli investimenti nelle regioni montane] e quello che è il nuovo Ente per lo Sviluppo, quindi quello che è la nuova politica economica regionale, che in fin dei conti va in parallelo con quello che è successo con il turismo. Se per il turismo si è passato dai singoli enti turistici vallerani a un'istituzione come l'OTR che fa capo ad un centro urbano con le valli che confluiscono, lo stesso accade con l'ente di sviluppo. Vedo però maggior difficoltà a far capo a dei fondi per lo sviluppo regionale per i progetti mediopiccoli. Si ha l'impressione che i progetti non siano mai abbastanza grandi, perché si vogliono dei progetti di valenza regionale; ma cosa vuol dire valenza regionale? Si dev'essere una valenza regionale ma su tutto il comprensorio dell'ERS-BV, non per forza solo su una parte. Si ha quindi l'impressione che tutti i progetti proposti non hanno mai i crismi per ottenere un finanziamento.

ANNEXE XXXII : Enquête qualitative : répondant 4**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Un po' triste, perché disponiamo di un potenziale che non siamo capaci di sfruttare. Abbiamo a disposizione un territorio stupendo non valorizzato. Ci sono varie belle iniziative locali, tra le quali gli Impianti Turistici Campo Blenio – Ghirone, la stazione di Nara, Campra, dei progetti in via di sviluppo in Val Malvaglia, il Polisport ad Olivone o il Centro Pro Natura ad Acquacalda. Qualcosa si muove, non bisogna essere negativi al 100%. Malgrado ciò, facciamo molta fatica a far nostro questo concetto di mentalità turistica, che necessitiamo per valorizzare meglio un territorio che, privo di autostrade e ferrovie (per certi versi uno svantaggio, ma pure un vantaggio in termini di qualità di vita), implica maggior sacrificio da parte di tutti noi. Quindi, benché triste, la situazione economica bleniese gode di un enorme potenziale che esige però un'implicazione da parte di tutti gli attori. Sono inoltre convinto che la popolazione gioca un ruolo fondamentale. Se ci credono i bleniese anche gli altri ci seguiranno! Un esempio concreto; le terme di Acquarossa sono state chiuse nel 1971. I redditi medi della popolazione bleniese sono relativamente alti per cui, con una giusta mentalità, le terme avrebbero potuto essere ricostruite proprio dai blenie! Con una collaborazione attiva fra i comuni e il sostegno finanziario di tutta la popolazione della valle (magari in base al livello di reddito pro capite) la riapertura del centro termale avrebbe potuto aver luogo da tempo. Le condizioni per realizzare questo progetto c'erano tutte: a solo un quarto d'ora di distanza dall'autostrada più trafficata d'Europa, territorio eccezionale, struttura del centro già esistente, l'acqua... c'era tutto! Ma non c'è stata la volontà nel voler sostenere in prima persona il progetto. Il caso delle Terme di Acquarossa dimostra che a livello di concezione turistica la popolazione bleniese ha ancora molta strada da percorrere. La gente qui spesso e volentieri «litiga» per questioni personali e vede di malocchio i potenziali investitori che vengono dall'esterno, come il caso dell'ultimo progetto delle terme di Acquarossa. È mancata e manca la volontà di far qualcosa, anche perché poi con il dialogo e il compromesso tutto si sistema e i progetti vengono realizzati. Ma il risultato è che ora sono quasi 50 anni che viviamo senza le Terme di Acquarossa. Spesso si spera possa arrivare un grande investitore a risolvere i nostri mali come Sawiris ad Andermatt, ma temo che, se fosse arrivato un grande investitore, qualche fenomeno della valle sarebbe riuscito a farlo scappare: questo è il grande problema che abbiamo!

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Non abbiamo la mentalità giusta. Troppo negativi, a volte si vuole solo ricevere e non dare. Sento dire che non abbiamo un territorio attrattivo: queste persone dovrebbero andare a vedere alcune località turistiche dove sono stati investiti milioni in infrastrutture di vario tipo, ma che non dispongono di un territorio migliore del nostro! Noi il patrimonio naturale lo disponiamo, è bellissimo! Siamo la Valle del Sole ma non siamo mai riusciti a sfruttare questo «marchio», abbiamo la Greina che è un paradiso e nessuno gli ha mai dato il valore che merita! Ripeto: peccato, perché con un po' più di positività, dinamismo e convinzione in quel che si fa avremmo una situazione turistica decisamente migliore rispetto a quella di oggi.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Io sono sempre convinto che il progetto chiave della Valle di Blenio, che conferirebbe linfa a tutta l'economia regionale e contribuirebbe a far crescere anche gli altri progetti, sono le Terme di Acquarossa. Su questo non ho nessun dubbio; un centro termale destinato ad una clientela variata (spaziando dalle famiglie agli anziani) e dalle dimensioni «contenute» (non un investimento da oltre 100 milioni, bensì un progetto di massimo 50 milioni di franchi) modulabile, ossia che potrebbe eventualmente estendersi a lungo andare. Questo rappresenterebbe il motore economico e turistico dell'intera valle; verrebbero infatti a crearsi strutture esterne, alberghi, ecc. renderebbe più attrattiva la valle e genererebbe tanti introiti. Il centro nordico di Campra può dare un ottimo contributo al turismo bleniese, come pure le due stazioni di sci alpino (anche se negli ultimi anni faticano sempre più). Chiaramente per Nara e Campo Blenio un

centro Termale ad Acquarossa contribuirebbe alla loro crescita. Queste due stazioni devono però in futuro trovare il modo di «destagionalizzarsi», reinventandosi per proporre dei servizi pure durante la stagione estiva. A livello turistico, l'assenza delle grandi vie di comunicazione non rappresenta per me uno svantaggio; siamo comunque vicini all'asse autostradale, ed anche l'Alp Transit, seppur imponga ai treni di non più fermarsi a Biasca bensì a Bellinzona, rappresenta comunque una grande opportunità per la Valle di Blenio. Ci sono località turistiche molto più discoste della nostra valle, come Arosa, che però sono molto visitate.

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Sono stato membro del CdA della OTR-BAT fino a pochi mesi fa. I primi due anni, a seguito dell'unione dei precedenti enti, sono stati assai macchinosi. Credevo però che nei due anni successivi si potesse cominciare finalmente a parlare di turismo per concretizzare qualcosa, parlare di progetti, di idee: questo non è purtroppo stato il caso. Si è parlato prevalentemente di litigi interni, e della questione legata ai Castelli di Bellinzona e le tasse di soggiorno. Insomma, in 4 anni, i primi due sono stati dedicati a questioni amministrative, contabili e d'organizzazioni, mentre nei due anni successivi sono entrate altre problematiche che hanno impedito di parlare di turismo nell'organizzazione. Questa esperienza mi ha un po' deluso; diverse volte ho portato diverse idee mai accettate, poiché la presidenza ha preferito fare sempre di propria testa (e i risultati oggi son lì da vedere). Tutti siamo stati perdenti in questa spiacevole situazione. Inoltre, certe reclamazioni esterne sul fatto che molti flussi finanziari provenienti dalla Valle di Blenio andassero a rimpinzare la cassa centrale di bellinzona (Bellinzona-centrismo, o Castelli-centrismo) hanno trovato in parte un fondo di verità. Il centro tenta di attirare di più rispetto alle zone periferiche e, secondo me, questa legge andava fatta diversamente; le valli devono avere più «ossigeno», devono essere maggiormente indipendenti. Si può essere «legati» a Bellinzona ma con maggior autonomia. In questo senso, trovo che il fatto di avere una persona centrale per ogni valle possa aiutare. Oggi manca positività, manca dinamismo. Per quanto riguarda la questione delle tasse di soggiorno per le residenze secondarie, trovo che bisognerebbe avere un po' più di comprensione per le famiglie con residenze secondarie in valle. Una famiglia composta da due genitori e un figlio ma che dispone di una residenza con 5 letti, è chiaro che dichiarerà solamente 3 posti letto. So che dal punto di vista legislativo non è corretto, ma bisognerebbe avere maggior tolleranza per questo tipo di residenti, poiché rappresentano una bella opportunità per il nostro turismo. Invece, applicando alla lettera queste leggi c'è il rischio di creare malcontento. Chi paga vorrebbe perlomeno vedere investiti i propri soldi in qualcosa di utile e attrattivo. È vero che i sentieri in valle son ben tenuti, però c'è poco altro. Per esempio, il sussidio per la costruzione di sentieri per le Mountain Bike, attrattività per bambini o di strutture ricettive... Bisogna mostrare qualcosa in più in concreto.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Ci sono diversi canali nei quali si può attingere a interessanti finanziamenti. Chiaro, si può sempre far meglio, ma alla fine tutto si riallaccia al discorso intrapreso in precedenza; se si espone al Cantone una domanda di sostegno e si mostra grande motivazione, volontà di investire e condivisione dei progetti, gli aiuti non vengono rifiutati. Con una richiesta completa e motivata, dei conti affidabili e precisi, il Cantone sostiene volentieri un progetto. Chiaro, come ho detto si può sempre far meglio perché come nel caso della OTR-BAT, anche il Cantone ha a volte la tendenza ad attrarre tutto verso il centro (i poli urbanistici). Nei grigioni, Anche se Coira è praticamente l'unico grande centro urbano del cantone, tutte le ragioni sono considerate e sostenute (Engadina, Surselva, Scuol...). Forse questo è dovuto al fatto che non hanno dei centri urbani così grandi come il Ticino, però sono molto più capillari. Per esempio, per la nuova strada del Lucomagno da llanz al passo il Cantone investirà oltre 100 milioni, mentre per il rifacimento del tratto di strada che da Olivone porta ai grigioni sono stati ottenuti (a gran fatica) 15 milioni di franchi.

ANNEXE XXXIII : Enquête qualitative : répondant 5

1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?

La Valle di Blenio non dispone purtroppo di un'infrastruttura o di opere di grande attrazione turistica come è il caso di altre regioni della Svizzera. Il potenziale turistico della valle risiede personalmente nella bellezza dei suoi paesaggi naturali, che ben si prestano per passeggiate e trekking. Il nostro cantone è purtroppo per l'economia turistica della valle ricco di paesaggi e zone suggestive che meritano di essere visitati. Pensare dunque che vi siano dei turisti che vogliono trascorrere intere settimane di vacanza esclusivamente nella nostra valle è alquanto utopico e irrealistico. Di conseguenza credo che le opportunità della valle siano più legate ad un turismo di giornata (ev. qualche giorno), che per funzionare al meglio deve essere inserito in un pacchetto turistico cantonale.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Buona parte della popolazione non vede di buon auspicio i cambiamenti, in particolare quelli che li coinvolgono direttamente (vedi bocciatura ParcAdula). Questa mentalità rappresenta purtroppo a volte un bastone nelle ruote per progetti che potrebbero potenzialmente incrementare il turismo in valle. Tuttavia bisogna sottolineare come vi sia anche parte della popolazione che vede di buon auspicio il cambiamento e che si adopera per migliorare e ampliare l'offerta turistica della regione (vedi per esempio diverse aziende agricole che sempre più offrono giornata tematiche o di degustazione all'interno della propria fattoria).

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Come ribadito alla risposta 1, la valle non dispone secondo me di un grande attrattore turistico, ma piuttosto rappresenta un'ottima opportunità per un turismo di tipo giornaliero. Per questo motivo ritengo che sia essenziale sviluppare un discorso turistico regionale/cantonale dove la valle di Blenio venga inserita all'interno di un pacchetto generale come luogo da visitare per il turista che soggiorna nel nostro cantone.

Ovviamente per far sì che quest'ultimo sia invogliato a visitare la nostra valle, non è sufficiente disporre della materia prima come il paesaggio e la natura, ma bisogna far sì che il visitatore la possa anche scoprire ed usufruire comodamente. Per esempio, facilitare l'accesso a questi beni (vedi Filovia Malvaglia), offrire dei pacchetti combinati con la gastronomia, ...). In questo senso trovo che ci sia ancora molto margine di lavoro. Inoltre, ritengo che bisogni anche puntare su un turismo di tipo locale (personalmente ci sono ancora tanti bei posti in Ticino che non ho ancora visitato).

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Purtroppo, non mi sono mai informato adeguatamente sui lavori svolti o sui progetti futuri dell'OTR, quindi mi astengo dal giudicare questa organizzazione.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Non sono a conoscenza dell'importo dei sussidi cantonali né della loro distribuzione nei vari settori turistici, ma penso comunque che vi sia un buon sostegno, in particolare per quanto concerne gli impianti sciistici.

ANNEXE XXXIV : Enquête qualitative : répondant 6**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Sicuramente ci sarebbero delle buone possibilità di sviluppo; abbiamo una bella valle e un territorio con molto possibilità di sviluppo, ma attualmente la situazione è un po' precaria perché non abbiamo una struttura alberghiera adeguata per sostenere dei turisti che visitano la valle. L'Organizzazione Turistica è un po' così, secondo me non riescono a promuovere molto bene ciò che c'è. Inoltre, le persone del luogo non fanno chissà che cosa per mettersi in gioco e proporre qualcosa.

Qualcosa c'è, perché se si guarda per esempio all'inverno abbiamo Campo Blenio che comunque funziona molto bene e per le famiglie rappresenta una buona offerta. Abbiamo inoltre il Greina Trail, sempre per parlare dell'Alta Valle, che attira abbastanza persone. Il Giro Media Blenio è pure attrattivo. Però sono tutti degli elementi che attraggono prevalentemente del turismo ticinese. Se invece si vuole andare a colpire un più ampio target come ad esempio la svizzera tedesca, dobbiamo lavorare ancora. Abbiamo molte case secondarie che corrispondono a molti tedeschi che arrivano ad esempio per il weekend, lo vedo spesso nei dintorni della mia abitazione. Però non so quanto si soffermino sulla possibilità di fare un giro in Greina e di fermarsi in un bar ad Olivone a bere qualche cosa facendo girare l'economia della valle. C'è ampio margine di sviluppo anche sotto questo aspetto.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Ho l'impressione che la popolazione abbia paura del turismo, perché ho avuto modo di parlare con un po' di persone durante le varie presentazioni del ParcAdula e tanta di questa gente diceva che il fatto che arrivassero flotte di turisti in valle rappresentava una minaccia per la valle e per la libertà degli abitanti. È però paradossale che a farmi certi discorsi siano anche i contadini che non è proprio che si lamenta poiché riceve i sussidi che gli permette di mantenere la propria attività, però nello stesso tempo si lamentano che c'è poca affluenza nei bar, che non ci sono più ristorante ad Olivone o ad Acquarossa, che chiudono gli uffici bancari... però tante volte è un po' un'ignoranza di base, poiché non si accorgono che alla fine è tutto collegato e il turismo potrebbe dare una buona occasione per riavviare tutto il meccanismo dell'economia della valle. Inoltre, secondo me, potrebbe aiutare un po' se le iniziative per fare qualcosa provenissero dalla valle, dal suo popolo e non da qualcuno di esterno che tra virgolette impone qualcosa, un po' com'è stato per il ParcAdula. A livello di popolazione quindi questo sarebbe visto meno come un'invasione del territorio. Non è una cosa proprio certa, ma vedendo la mentalità a tratti chiusa della valle...

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Io credo abbastanza nella mentalità slow-food. Si tratta comunque di un movimento che funziona abbastanza bene a livello internazionale se non addirittura mondiale. Questo concetto darebbe la possibilità alla valle di promuovere quei prodotti tipici che possiede, e che sono davvero dei buoni prodotti! Mi è capitato diverse volte di andare a mangiare ad esempio in Italia, recentemente ad Alba alla sagra del tartufo. Si d'accordo, buono questo tartufo, ma mi sono detta: "i funghi che si raccolgono da noi, sono molto più buoni, una cannonata!". Perché non facciamo nulla con i nostri funghi? Anche i nostri prodotti avrebbero molto potenziale, come pure ad esempio la mazza nostrana e cose del genere. Quindi a livello di Slow-Food, si potrebbe promuovere tutta una serie di movimenti gastronomici all'interno della valle coerente, quindi senza andare a proporre il salmone dell'Alaska a Malvaglia. Per l'amor di Dio, se un ristorante vuole spendere per proporlo va benissimo, la proposta deve anche essere un po' vasta. Però potrebbe funzionare secondo me questo movimento. Lo Slow-Food, anche se devo ancora informarmi bene perché ho solo fatto una ricerca generale per avere un'idea, esiste a livello svizzero con un certo numero di prodotti o sistemi di produzione che sono protetti dal marchio Slow-Food. Questo marchio mi sembra che sia mondiale. Per esempio, gli Zincharlin della Valle di Muggio sono protetti

da questo marchio. Questo permette al prodotto di essere inserito all'interno della catena Slow-Food e di essere quindi sotto un marchio. Un po' come succede con l'Unesco con i monumenti. La catena Slow-Food, se non sbaglio, da comunque un sostegno per la promozione di un progetto eccetera. Darebbe inoltre una buona visibilità in generale alla zona e al prodotto, che è poi quello che manca alla Valle di Blenio secondo me; un marchio. Per esempio, ora la sindaca di Blenio voleva creare questo marchio della valle, però mi è scappato da ridere; avevano la possibilità fatta e finita con il ParcAdula ma non ci hanno creduto. Il Parco non era per forza la soluzione a tutti i problemi per l'amor di Dio, però sicuramente avrebbe aiutato la valle a svilupparsi. Più in generale, per quel che riguarda l'aspetto sportivo eccetera, ci sarebbero davvero moltissimo itinerari da percorrere a piedi e in bici come il progetto Blenio Bike, che avrebbero davvero un buon seguito secondo me. Campo Blenio, per esempio, a livello sciistico è un prodotto che secondo me funziona però purtroppo è molto legato alla meteo e in futuro dovrà cercare di stare al passo coi tempi e sempre promuovere qualcosa che può funzionare, aggiornando sempre la proposta. Anche il Nara dovrebbe trovare veramente un'altra proposta secondo me, completamente diversa da quella sciistica, che può funzionare anche senza la neve. Non mi viene nemmeno più in mente dell'esistenza delle Terme sinceramente. Però alla fine si tratta sempre dei soliti discorsi da bettola, ma dipende da come si pensano queste terme. Il progetto che era stato fatto, che prevedeva delle strutture megalomani non poteva funzionare assolutamente, perché non c'è una clientela di quel tipo né in valle, né in Ticino e né in Svizzera... avrebbe troppa concorrenza con gli altri centri termali svizzeri; c'è Bad Ragaz che funziona a gonfie vele e altri mille centri che hanno una struttura che funziona già bene... non so quanto il mercato sia saturo in questo settore. Mi sembra che sia già abbastanza completo. Secondo me bisognerebbe proporre qualcosa di un po' differente. Adesso non so bene cosa si potrebbe proporre; la piscinetta comunale secondo me sarebbe un po' troppo piccolina, sarebbe un po' come sprecare il valore di quest'acqua. Visto che manca pure un albergo un po' in ordine, ci potrebbe essere lo sviluppo di un hotel un po' carino con un'area wellness. Penso ad esempio all'hotel Internazionale a Bellinzona, si potrebbe realizzare una struttura simile. Senza andare a cercare il centro SPA che contenga migliaia di persone, ma qualcosa di un po' più ridotto. Anche perché comunque in Ticino ci sono già le saline a Locarno e lo Splash & SPA a Rivera.

Con la scuola siamo proprio andati a visitare le saline, e il responsabile ci ha raccontato come per esempio non si fa molta concorrenza perché il loro servizio mira ad un target completamente differente rispetto a quello del centro Splash and SPA. Hanno però tanta affluenza, arriva tanta gente soprattutto nei weekend. In settimana non hanno molti visitatori, perché la gente in settimana normalmente non va in piscina eccetto le settimane feriali. Con l'Alp Transit c'è forse un po' più di affluenza dei tedeschi che si recano in Ticino solamente una giornata per visitare ad esempio Locarno, o al limite due giorni per fare un giro in città e una piccola escursione nelle valli. Ma non c'è ancora questo grande afflusso di persone ai Bagni Salini. Quindi, se anche loro stanno cercando di ampliare la loro offerta per cercare di attrarre più gente durante la settimana, vuol dire che non c'è poi così tanta gente che ricerca questo prodotto, soprattutto durante la settimana. Per riassumere, le principali risorse secondo me sono la gastronomia e movimento. Eventualmente le terme fatte in un certo modo.

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Mi viene un po' da ridere perché quest'estate ho collaborato con Lingue & Sport e l'OTR e devo dire che la sezione di Mendrisio per esempio l'ho vista molto attiva e comunque molto interessata. La collaborazione con l'Organizzazione Regionale Turistica Bellinzonese e Alto Ticino è stata problematica; ho dovuto contattare più e più volte il collaboratore responsabile per riuscire ad ottenere una risposta, non era chiaro chi dovevo contattare, a volte necessitavamo delle determinate informazioni sulla regione e non sempre si ottenevano le risposte che avevamo bisogno o comunque il sito non era per niente ben fornito. Il sito non è impostato male, però è tutto un po' un miscuglio strano. Da quel che ho capito, l'agenzia turistica ticinese è una cosa a parte, mentre le varie OTR operano sotto quest'agenzia e si concentrano sulle varie regioni. Però si ha veramente l'impressione che non siano veramente un tutt'uno, che non collaborino, e

tante volte sembrerebbe che l'OTR non sia informato sui vari elementi legati alle regioni. Peccato perché potrebbe essere veramente una locomotiva che tira veramente tutto il movimento turistico, ma di fatto si ritrova ad essere un triciclo con una ruota bucata... non sono molto dinamici.

Mi è capitato di andare a visitare con la scuola Svizzera Turismo, che ci ha presentato un po' la maniera in cui vengono sviluppati i pacchetti turistici e come sviluppano le varie idee di promozione di una determinata stagione, ci hanno quindi presentato la campagna estiva e la campagna invernale ed è stato veramente interessante perché c'è dietro un lavoro micidiale, eseguito sempre con un anno di anticipo. Cercano pure di aggiornarsi, di essere vicini ai bisogni dei vicini... però tutto questo movimento io in Ticino non l'ho visto... magari c'è ed è completamente nascosto, e nel 2020 si uscirà con moltissime proposte eccezionali, però non credo che sarà il caso.

Quindi sì, in generale manca un po' di collaborazione tra l'agenzia ticinese e le varie OTR. Manca inoltre la presenza della stessa OTR sul territorio, con delle persone competenti. Io sono dell'opinione che in un territorio come il Ticino, bisogna avere un tipo di offerta unita; non ha più senso avere l'ente turistico Blenio, quello in Leventina, eccetera. Ci vuole una collaborazione. Quindi ci sta benissimo il concetto dell'agenzia ticinese e delle OTR. Vedo invece un problema sotto, tra le OTR e i check-point regionali; questa presenza deve essere più capillare, ci dev'essere un filo molto più comunicante, più strutturata e attiva in generale. Con proposte di attività per esempio, o di particolarità insomma.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Dopo che abbiamo fatto incetta di sussidi per il ParcAdula, non ci meriteremmo più niente! Scherzi a parte, non so bene come funzionano i sussidi cantonali sul territorio. Di sicuro non sono i soldi a mancare, ma un po' di buona volontà e di idee un po' SMART come si dice oggi, qualcosa di un po' frizzante ed innovativo. Trovo che sia tutto un po' sedimentario; si sta nel proprio piccolo, si fa le proprie cose in piccolo... si risponde a quelle due o tre mail che arrivano in ufficio, si va bere il caffè alle dieci perché a quell'ora bisogna bere il caffè, si risponde al telefono pensando però che rompono un po' le scatole queste persone... si fa il minimo indispensabile per arrivare alla sera. Forse manca qualcuno con un po' di voglia di fare qualcosa e di fare la differenza per promuovere il turismo sul serio. Tante volte ho poi l'impressione che si voglia proporre chissà che cosa, o che si voglia proporre dei modelli visti in altri posti, senza però tener conto del contesto ticinese, svizzero o blenie in questo caso. Quindi bisognerebbe adattare un po' di più le cose al target. A scuola abbiamo visto come non si possa proporre ad esempio un evento a dieci target differenti; bisogna fare un'analisi della gente che si possono raggiungere, e di chi potrebbe essere interessato a tale manifestazione, e ci si concentra su questa clientela. È inutile puntare alla famiglia, al giovane e all'anziano, perché hanno tutti e tre delle aspettative differenti. Magari per certe cose può anche funzionare, ma per certe altre non molto. Bisognerebbe sapere maggiormente quello che si sta facendo.

ANNEXE XXXV : Enquête qualitative : répondant 7**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Non mi sembra che sia una grande situazione; ho la percezione che si continui ad andare indietro, perché se guardiamo di alberghi che si possano definire alberghi non ve ne sono più... c'è qualcosa a livello di ristoranti, anche se alcuni aprono e diversi chiudono. D'altra parte, secondo me, bisognerebbe proprio chiedere al gruppo cosa viene a fare in valle... dal mio punto di vista abbiamo perso una grandissima opportunità due anni fa, con il ParcAdula. Raddrizzare ora la situazione è dura... Se si guarda per esempio il caso dell'hotel Posta ad Olivone, dove si era tentato vanamente di fare qualcosa... o anche l'albergo San Martino, dove si sperava che si sarebbe mosso qualcosa con il ParcAdula. Adesso c'è il Centro Nordico di Campra, che potrà dare un bel colpo di mano, però sono tutte cose lì così... la vedo dura che un investitore venga per fare qualcosa in questo campo! Riguardo le potenzialità della valle, secondo me è un po' quello che si diceva con il ParcAdula; noi abbiamo un grande vantaggio, e cioè che ci troviamo a dieci minuti dall'autostrada. Si parla di circa 13 milioni di veicoli all'anno che passano da quell'autostrada; togliendo i camion e togliendo il traffico locale, la cifra si dimezza, ma in ogni auto ci saranno perlomeno in media un paio persone! Se riusciamo a trovare il sistema di tirar fuori da Biasca queste persone e farle venire qui, dandogli però la possibilità di restar qui... anche solo l'1%, oggi non sapremmo dove metterle queste persone! E poi è chiaro che noi non abbiamo la ferrovia e non abbiamo l'autostrada, ad un certo momento questo era uno svantaggio, ma oggi è un vantaggio! La zona del Lucomagno è una delle più belle che ci sono, però si tratta di sfruttarle!

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Probabilmente non c'è una grande mentalità turistica! Se la paragoniamo per esempio a quella dell'Austria, passiamo da un estremo all'altro! Non dico che in generale sia così... c'era forse un vero turismo a inizio anni '60 e '70 ad Olivone ed Acquarossa, è forse un po' per quello che sono arrivati gli impianti di risalita, anche perché a quei tempi era un po' più facile a realizzare queste opere. Al giorno d'oggi probabilmente non se ne sarebbe nemmeno discusso! Poi anche il fatto dell'innevamento... però probabilmente manca un po' quella mentalità turistica, che viene ormai dal concetto della gestione familiare, con gli alberghetti che si possono trovare in Austria. Qualche anno fa ce n'erano ancora un qualcuno, adesso invece mi sembra che non ce ne siano più!

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Campra è già un bel passo; abbinandolo con Acquacalda si può già fare un bel passo in avanti. Sia per l'inverno che per l'estate. Gli impianti di risalita dovrebbero inoltre riuscire a tirare in avanti ancora per qualche anno, anche se sta diventando sempre più difficile. Se guardo la nostra regione, quello che può avere futuro è il Mountain Bike, non vedo altre prospettive! Lì il progetto c'è, però è chiaro che ora cominciano ad esserci dei problemi legati ai proprietari dei fondi su cui dovrebbero passare i percorsi; si pensava che dovesse essere più veloce questa fase, ed invece... d'altra parte, e non lo dico io ma il grigionese Darco Cazin che ha realizzato lo studio. Loro l'hanno detto; per loro è una delle regioni più belle in Svizzera per il clima, per il panorama, per la conformazione del terreno. Ma è chiaro che bisogna sfruttarlo!

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Con il passaggio dall'Ente Turistico alla OTR, è evidente che la cosa è diventata un po' più grande. Poi hanno avuto diversi problemi legati ai castelli... è chiaro che adesso cercano un po' di adattarsi, ho visto che hanno cambiato le persone in Consiglio d'Amministrazione, nel quale sono entrate persone della valle. Si cerca di compattare un po' la cosa, ma è chiaro che non è solo la OTR... la OTR può provvedere al Marketing, alla pubblicità, all'accoglienza... ma se

non si hanno le strutture e se non si ha l'attrattiva per far arrivare la gente non possono fare molto nemmeno loro! Poi è chiaro che c'è la questione finanziaria che è tutto un altro discorso. Dopo il cambiamento, adesso stanno cercando di raddrizzare un po' la cosa. Negli ultimi due o tre anni non ho nemmeno più seguito molto la cosa.

È chiaro che prima tutto era limitato alla Valle di Blenio, quindi l'attività era concentrata qui, mentre ora tutto è un po' più dispersivo. Era più locale ed era anche più presente nelle manifestazioni, anche nel sostenere le varie società; la cosa era gestita tutta qui! Come dico, adesso probabilmente devono anche seguire una certa direttiva, ma prima era più locale, più presente.

Con i comuni c'è un gran bisogno di collaborazione, se non per casi eccezionali come le residenze secondarie e la discussione sui contributi comunali: Prima chiaramente si aveva un certo bacino di residenze secondarie che portava una certa entrata, quindi era praticamente autosufficiente e i contributi comunali erano sempre stati tenuti al limite. La situazione era ovviamente differente a Biasca, poiché lì si hanno molte meno residenze secondarie, o Bellinzona. Come comune, la collaborazione c'è sempre stata, sia prima che dopo; chiaramente prima era più facile proprio grazie a questo carattere più locale.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Secondo me, se ci sono dei progetti, sì. Quello lo abbiamo vissuto, con il progetto di Campra per esempio. Voglio vedere quanti progetti riescono ad ottenere un grande contributo non solo dal Cantone ma anche dalla Confederazione! Secondo me se il progetto è serio, se sia una cosa fatta con serietà, le possibilità ci sono.

ANNEXE XXXVI : Enquête qualitative : répondant 8

1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?

Al palo, se devo essere onesto! Penso che abbiamo toccato il fondo. Ora con l'arrivo del Centro Nordico di Campra, il Polisport e tutte queste attività legate al Mountain bike si possono aprire dei grandi potenziali di crescita. È chiaro che se facciamo un paragone con la situazione turistica negli anni Sessanta, ci rendiamo conto che siamo andati a toccare il fondo. Basta guardare la proposta alberghiera e di ristorazione odierna in valle... nella Bassa Valle perlomeno a livello di ristorazione abbiamo una buona proposta, Acquarossa pure, ma nell'Alta Valle la situazione comincia ad essere problematica. A livello di pernottamento, fatta eccezione per i Bed & Breakfast, di hotel non ce ne sono più; questo è penalizzante! Adesso arriverà il nuovo Centro Nordico di Campra, dove si spera che possa funzionare sia l'aspetto invernale che quello estivo. Rimane però un problema sentito; al momento attuale la situazione non la vedo rosea, però c'è tutta una serie di segnali che fanno sperare in una ripresa, viste anche le grosse potenzialità della valle che le altre regioni del Ticino non hanno più. Ci sono due Bed & Breakfast sul territorio di Serravalle; uno a Malvaglia e uno a Semione. Hanno successo, ma si tratta di strutture abbastanza piccole.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Buona domanda! Chi è direttamente coinvolto ed esercitano un'attività che può trarre profitto da questo settore ci crede e c'è voglia di fare, come dimostra la creazione di un gruppo di lavoro creato per coordinare le sinergie turistiche in Val Malvaglia. Per quel che concerne l'insieme della popolazione, sembra non possedere oggi una cultura turistica, anche perché si vive in un mondo dove ognuno pensa per sé e ognuno sta ancora bene così; questa è un po' la mia impressione. Il "click" mentale necessario per diventare una valle turistica non è ancora avvenuto. I segnali ci sono; molti attori ci credono, vedo anche per fortuna che tanti giovani si stanno muovendo in questo senso, ed è una cosa molto positiva! Però a livello generale, se si fa un paragone con delle regioni come l'Engadina o il Trentino dove tutti fanno la loro parte, anche solo per la cura del paesaggio... Noi disponiamo di un bellissimo paesaggio, ma qua e là ci sono delle "atrocità", delle "oscenità" che in altri posti non ci sono. E questo si collega proprio al discorso della mentalità della popolazione.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

La risorsa sulla quale sono riposte molte speranze è quella di Campra, con il nuovo Centro Nordico. Se Campra facesse da volano, potrebbe rilanciare tutta l'Alta Valle di Blenio e non solo. Per quel che riguarda il resto della valle, si vuole spingere sul turismo incentrato sulla qualità di vita e al benessere legato alla natura; escursioni, Mountain bike e biciclette in generale. Questi sono i progetti faro che si vogliono lanciare attualmente. Tutto questo senza chiaramente tralasciare l'inverno; se per esempio il concetto delle Mountain bike funzionasse durante la stagione estiva, si potrebbe sopperire agli inverni critici a livello di innevamento. Per Campo Blenio vale lo stesso discorso; funziona benissimo con le famiglie e l'insegnamento sulla neve, ma non è sufficiente perché bisogna completare l'inverno con l'estate. In questo senso deve quindi funzionare concetto legato ad un turismo "soft", fatto di escursionismo, gastronomia e Mountain bike. Come dicevo prima, la vera sfida è poi quella di riuscire a far restare in valle i visitatori; a questo proposito ci sono già i rustici a dare un importante contributo. Questo tipo di alloggio è passato sotto il cappello privato, ma la cosa è comunque riuscita a ripartire. Ci vuole l'imprenditore privato che ci creda. Ad Olivone c'erano due alberghi, mentre ora non c'è quasi più nulla. Per me è tutta una catena; se funzionerà anche il nuovo Polisport con il posteggio per i camper, la gente sarà più motivata a spostarsi. Manca però oggi come oggi un punto di riferimento...

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

La OTR arriva da quattro anni “di prima infanzia” molto burrascoso. È stata fatta la fusione di quattro enti turistici, ognuno di essi con delle particolarità e delle pratiche di gestione legate anche al territorio prettamente locali. Si è quindi dovuto fare un salto di mentalità per diventare un’entità a visione generale. Questo quadriennio non è stato semplice; ci sono stati problemi di gioventù e problemi legati al cambio di mentalità. Per esempio, se prima il direttore di Blenio Turismo era disposto ad aiutare localmente tutte le piccole manifestazioni, oggi la OTR vede queste attività con occhio differente, perché chiaramente ha una visione più generale e dunque non ha più il compito di aiutare la tombola di paese ma deve sostenere le manifestazioni come il Sun Valley Festival o il Giro Media Blenio. Questo perché l’OTR ha la possibilità di veicolare queste manifestazioni su delle piattaforme molto più grandi. Questo è stato il primo problema dovuto al cambio di mentalità. C’è quindi stata la perdita di questi piccoli privilegi possibili con un ente turistico locale. Era facile, poiché ci si aiutava a vicenda e tutto funzionava bene. Adesso invece questo è più difficoltoso. L’altro problema è stato il fatto di aver ereditato varie questioni tra cui quella dei castelli di Bellinzona e della gestione delle tasse di soggiorno; queste problematiche hanno condizionato molto questi primi quattro anni. Direi quindi che la partenza “d’infanzia” non sia ancora completamente sbucciata. Ora, con il rinnovo completo del Consiglio di Amministrazione e della direzione, si cominciano ad intravvedere dei primi segnali positivi e si comincia soprattutto ad intravvedere quello che è il vero ruolo dell’OTR. Oggi finalmente l’OTR ha cominciato a marciare con le proprie gambe. Prima, avendo l’ente locale sul posto, c’era una politica di aiuto, di prossimità, e l’immagine che aveva nei confronti della popolazione era migliore grazie a questa strategia. Chi andava a chiedere un contributo di 100 franchi per la tombola di paese lo riceveva e ne parlava bene a tutti; oggi se la stessa persona chiede lo stesso sostegno, non essendo nelle dinamiche dell’OTR imposte dal mandato della legge sul turismo, deve magari rifiutare, lasciando l’amaro in bocca al richiedente. Non si è ancora capito quale sia la vera funzione dell’OTR, questa è un po’ la mia impressione. Un altro aspetto che vedo e sento è legato alla tassa di soggiorno, anch’essa facente parte di un compito di legge. Prima la cosa non era funzionata al meglio, ed ora che si applica semplicemente una legge si è malvisti. Sarebbe un po’ come prendersela con le autorità comunali quando si riceve l’imposta comunale... anch’essa applica semplicemente una legge! Oltretutto questa tassa è molto importante per l’OTR, perché queste entrate vengono poi reinvestite sul territorio con la promozione, il mantenimento dei sentieri e tutto quello che comporta il Marketing, ovvero il ruolo principale dell’OTR. Senza le entrate legate alla tassa di soggiorno non sarebbe possibile offrire questo ritorno di prestazioni sul territorio!

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Se ci sono dei progetti di interesse regionale o sovra-regionale, sì. L’esempio di Campra o del Polisport sono forse quelli più emblematici. Altre attività come il recupero dei ruderi del Castello di Serravalle o i vari interventi sul Monte Greco hanno ricevuto dei bei contributi grazie alla legge sul turismo. Chiaramente il progetto deve entrare in determinati canali e deve possedere tutti i carismi dello sviluppo regionale. Il cantone non aiuterà mai chi vuole fare il baretto sulle piste da sci del Nara per esempio. I mezzi di promozione della nuova politica regionale ci sono. Bisogna essere capaci di utilizzarli, ma bisogna pure portare una proposta che rispetti questi criteri e che sia anche credibile. La Valle di Blenio, se si guarda cosa ha proposto, negli ultimi anni è stata aiutata molto a livello turistico. Quando un progetto è valido, gli strumenti ci sono e oggigiorno c’è anche una bella collaborazione con l’Ente Regionale per lo Sviluppo. Un altro esempio, a livello di Mountain bike, sono state le colonnine installate in Valle di Blenio. Anche il progetto del Bike-sharing potrà disporre di grossi aiuti. Bisogna, come dicevo prima, la persona che ci creda. Bisogna stracciare un po’ quel pensiero secondo il quale anche senza chiedere si ottiene qualche cosa. Mi rendo conto che per molta gente questo messaggio non è ancora passato. È brutto da dire, ma sembra quasi che sia tutto dovuto, ma in realtà ognuno si deve mettere d’impegno per diventare credibile; fatto questo, si viene aiutati!

ANNEXE XXXVII : Enquête qualitative : répondant 9**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Reputo che in Valle di Blenio ultimamente il turismo scarseggia, anche perché non ci sono molte offerte per dare la possibilità alle persone di alloggiare; se guardiamo, abbiamo il Bed & Breakfast a Malvaglia e ad Olivone, e poi? Però se pensiamo che una volta c'era l'Hotel Posta, il Val Sole... già da questo lato la situazione è molto scarsa. Quindi non si può pretendere che, in assenza di offerte di alloggio, la gente s'invoglia a venir a fare altre cose. Si, fanno la loro passeggiata, ma poi cosa? Prendono la loro macchina e tornano a casa! Quindi non è comunque una cosa che resta secondo me! Io vivo a Ponto Valentino, dove ci sono molte case di vacanza. D'estate la popolazione si raddoppia, ma perché? Perché ci sono queste case di vacanza! Però ce l'hanno magari da vent'anni, non si tratta comunque di gente appena arrivata... oltre a queste persone però, gente che viene a visitare il posto... si magari quello che viene a fare la vacanza a Locarno, un giorno prende il treno e viene a fare un giro in valle. Però ritorniamo a quanto detto prima! Non è che decidono di restare una settimana in valle per girare in tutti i posti, quello no! Quindi in sé, di turisti ce ne sono pochi e si può fare molto di più.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Dividerei la popolazione in due. C'è gente molto quadrata che vede i turisti come una sorta di minaccia, un'invasione e un peso. Si lamentano pure del fatto che bisogna mantenere unita la valle, che poi secondo me unita non lo è: se guardiamo, la Valle di Blenio si divide tra Olivone, poi c'è Aquila che va un po' con Olivone e un po' con Acquarossa, poi c'è la Media Valle e Malvaglia e la città. Quindi già qui siamo divisi tra noi, non vedo come possiamo creare un polo compatto per metterci assieme e promuovere una Valle di Blenio turistica. Poi invece ci sono gli abitanti che vorrebbero promuovere giustamente ma la parte più inquadrata gli rema contro. Quindi bisognerebbe arrivare finalmente ad una soluzione e mettere d'accordo le teste che più contano e riuscire a fargli capire che comunque il turismo non è un male, e non è che una persona viene a visitare la valle per rubare le mucche o non so io che cosa. Secondo me si può migliorare anche questa cosa ma ormai certe teste sono quelle che sono.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

In questo non ti so tanto rispondere, anche perché non sono molto preparata. Io penso che tutto quello che sono le montagne e annessi sono da valorizzare. È chiaro che non siamo come la svizzera interna, come Andermatt, ma valorizzare qualcosa che concerne la montagna e che quindi crea attrazione ma che intorno a lei offre altre possibilità. E qui si ritorna sempre al discorso legato alle Terme di Acquarossa. Secondo me le terme non sono una brutta idea, solo che non si riesce a sviluppare il concetto attorno, perché tutti dicono che le terme sono collegate al destino del Nara e altre strutture ma secondo me no! Bisogna smetterla di vedere la cosa in questa ottica. A parte il fatto che non nevica più... e poi se continuiamo così il Nara verrà chiuso. Quindi bisogna integrare altre risorse come Campo Blenio: bisogna annettere questo progetto intorno a tutta la valle, non solo al Nara e alle Terme.

Si potrebbe poi sviluppare con il concetto delle terme anche con la ristorazione, così si avrebbe tutto! Si avrebbe un albergo e si avrebbe qualcosa da offrire alla gente che viene! Perché il problema da noi è che si viene qua, si ha la propria passeggiata da fare e basta!

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Sinceramente non seguo molto questa cosa. Io con l'OTR ho a che fare con il lavoro, ma sinceramente abbiamo prevalentemente dei lavori nel Bellinzonese e l'Alta Leventina più che nella Valle di Blenio. Secondo me, non dico che ci sia del casino, ma mi sembra che non ci siano degli obiettivi comuni. Perché è vero che in Leventina ci sono

determinate idee e da noi ce ne sono altre, però siamo comunque tutti sotto lo stesso ente turistico, quindi non bisogna dividere i progetti per ogni valle; se si integra un progetto per la Leventina, dovrebbe potersi integrare anche nella Valle di Blenio! Fare un polo comune, perché come giustamente dice il nome si lavora nel Bellinzonese e nell'Alto Ticino: bisogna mettersi assieme e non avere una miriade di teste, perché come si è sempre visto ognuno ha la sua idea, si crea della divisione e a pagarne le spese è sempre la valle e la sua popolazione. Ci sono troppe idee, e molte vengono perse perché ognuno ha la propria idea, gli altri non sono d'accordo e quindi le cose si fermano lì.

Io non lavoro con l'agenzia turistica ticinese, ma la vedo comunque dall'esterno: già a livello organizzativo tra di loro internamente c'è un casino. Come si può pretendere, con una struttura così disordinata, di pretendere di promuovere qualcosa alla gente o comunque di integrarla in modo efficace? C'è casino a sua volta! La gente non capisce, quindi succedono altri casini e ci ritrova sempre ai piedi della scala...

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Non ti so rispondere perché non sono in questo giro, per cui non lo so. Mi sembra però che alle cose che facciano comodo al Cantone, si sussidi, mentre alle cose che non gli interessano, no. Per esempio, anche se non so se è vero, un evento come il Giro Media Blenio secondo me al Cantone qualcosa apporta. Però non si ha mai avuto problemi a farlo perché comunque sanno che è una cosa che attira e che è presente da diversi anni, quindi lo fanno. La prima edizione del Greina Trail invece credo che il Cantone non l'abbia sussidiata, ma quest'anno sono sicura che per la seconda edizione un aiuto lo si riceverà, perché l'anno scorso era una cosa nuova e nessuno ci credeva... per quanto riguarda gli eventi sportivi, perché per altre cose sinceramente non sono aggiornata e non ti posso rispondere.

A livello del Nara, sento spesso parlare ma non so poi se le cose sono effettivamente vere. Quindi appunto, secondo me il Cantone sussidia solamente quello che gli fa comodo, ma d'altra parte non possono sapere tutte le cose che per loro sono buone o no. Quindi quelli che rimangono fregati alla fine siamo noi.

ANNEXE XXXVIII : Enquête qualitative : répondant 10**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

In base a quello che c'è, è quello che possiamo offrire. Il giorno che ci sarà il Centro di Campra e si sarà sviluppato qualcosa in più, si potrà offrire di più. Poi sicuramente sta anche al bleniese cercare di essere un po' più aperto verso certe cose, certe novità, guardare un po' più lontano del proprio naso insomma. Secondo me è così attualmente, perché sono stati chiusi molti servizi, i ristoranti sono quello che sono adesso; attualmente c'è veramente poco! Peggio di così non è mai stata la situazione... venti anni fa c'erano altre cose che andavano per la maggiore. Ma il bleniese non ha mai avuto la predisposizione verso il turismo secondo me. Pochi personaggi bleniesi sono stati predisposti a vedere la valle sotto un'ottica turistica. La situazione è negativa, ma si stanno muovendo diverse cose; il patriziato sta collaborando per la realizzazione del progetto Gottardo con un percorso per biciclette che tocca quattro cantoni, e cioè i Grigioni, Vallese, Uri e Ticino. Questo progetto Gottardo è molto importante, si vuole sviluppare un percorso da percorrere su diversi giorni che tocchi questi quattro cantoni, e a côté di questo percorso si spera di poter realizzare altri progetti più piccoli, come a Campo Blenio, soprattutto d'estate ma anche su tutto l'anno. Queste cose al giorno d'oggi attirano! Tanti poi dicono che le persone in bicicletta non spendono, invece si è fatto uno studio in cui è risultato che spendono in media 150 franchi al giorno. Poi sicuramente anche la gente della Valle di Blenio deve essere aperta e accogliere questa gente! Tutti gli altri posti lo fanno, noi qua sembra che arrivi un uragano; la mentalità è quella e bisognerebbe aprirsi un po'! Una cosa che da fastidio è che molte volte si sentono i giovani di vent'anni che non sono mai andati via di qua, hanno visto poco ma ragionano un po' così, di visione corta! Se fossero gli anziani di sessant'anni potrei capire, ma loro no... Quello delle biciclette potrebbe essere secondo me un settore con un potenziale enorme, perché il territorio ce lo abbiamo! Questa deve essere una cosa che dobbiamo sviluppare. Piano piano la cosa sta prendendo piede, c'è l'iniziativa Blenio Bike, adesso qualcosa si muove. C'è anche stata gente che ha comperato delle case qui ad Olivone per farne dei Bed & Breakfast, hanno fatto qualcosa un po' mirato anche allo sport, questa può essere una buona cosa! Poi sicuramente con Campra che parte, può essere un bell'attrattore; speriamo che possa favorire anche la generazione di qualche cosa d'altro oltre lo sci di fondo, perché sennò non può stare in piedi solo con i tre mesi invernali!

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Io la vedo così, un po' di corta veduta! Perché vabbè, quello che è stato, è stato per il ParcAdula, però...però con questo progetto c'era forse una possibilità, creare dei posti di lavoro, generare delle attività per il Patriziato... c'è stata forse un po' di disinformazione, le persone contrarie la capivano solamente così e basta. Secondo me è stata persa un'opportunità, anche perché il progetto sarebbe durato dieci anni e si avrebbe potuto dir di no dopo questo periodo. Si sarebbero aperte diverse porte, non è che fossero arrivati qua solo i soldi, quello è il meno, ma si sarebbero aperti certi canali a livello europeo, perché poi si diventa visibili. Ormai la gente non ha voluto... non solo qua, anche nei Grigioni, e la cosa ormai è andata. Poi magari siamo i primi ad andare in vacanza in un posto con qualcosa di particolare e lo si apprezza! Il bleniese tende a piangersi addosso.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Io vedo tante cose sicuramente legate al territorio. Che possono essere per l'estate e per l'inverno, però dobbiamo essere capaci di sfruttare il territorio, perché disponiamo di un luogo che è veramente magnifico! Dopo sicuramente le piste da sci, soprattutto quelle da sci alpino, non è che sono attrattive come possono essere quelle di Kitzbuhel, però per le famiglie... bisogna fare qualcosa che lega il territorio alle famiglie secondo me. Perché questo binomio può portare di tutto; poi bisogna essere capaci di propagandarlo ed essere capaci di attirare la gente. Bisogna essere bravi a portare avanti certe cose!

Poi credo che Campra è importantissimo, e secondo me lì, se la cosa funziona, pian piano devono aggiungersi tutte delle attività collaterali. Campra sicuramente fa conoscere la valle. Dopo però à côté deve nascere anche una sinergia con tutti gli altri attorno, che possono essere le biciclette, l'escursionismo... tantissime cose!

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

C'è da dire che a livello di Scuola di Sci, abbiamo collaborato per diverse cose ed era meglio prima. Perché prima, prima di tutto c'era un direttore dietro che ci teneva e che conosceva la realtà, era importante, aveva delle conoscenze ed aveva l'autonomia. Aveva un'autonomia che adesso la nuova Organizzazione Turistica Regionale non ha più. Ci sono le tasse del turismo, che pagano chi arriva qua, dove la ricaduta non viene spesa qui! Tutto va a Bellinzona e vanno spartiti un po' così e non si ha più quell'autonomia economica che c'era prima. Le tasse di soggiorno venivano appunto incassate qui, e questi soldi venivano investiti nuovamente tutti qua nella valle! Tutto era gestito in modo differente. Ora è un po' una cosa anonima; noi con il patriziato abbiamo la gestione del Lucomagno, lo gestiamo in maniera un po' turistica, con l'Infocentro, paghiamo gente un terzo noi, un terzo il comune e un terzo l'ente turistico per l'informazione e per tenere un po' in ordine il posto. Lì una volta si trattavano queste cose con il direttore, si discuteva con lui direttamente e si prendevano subito le decisioni. Adesso se si chiede qualcosa alla OTR-BAT, magari ti dicono di sì ma non sono sicuri, perché la decisione finale spetta a Bellinzona... prima con il direttore o era sì o era no! Anche la gente di qua era più contenta; per chi aveva qui un posto di vacanza, per chi gestiva un albergo, o qualsiasi attività legata al turismo... Si è quindi persa l'autonomia, ed è un peccato perché penalizza un po' tutto. Dopo forse non è colpa nostra, ma della legislazione... si è forse mirato a puntare su qualcosa d'altro. Non sarebbe nemmeno stato facile tenere in piedi l'ente autonomo nella situazione attuale, non so se si sarebbe potuto, però restava in piedi con le sue risorse, lavorava anche bene, si andava a chiedere dei soldi per sponsorizzare un evento accettavano e ti davano subito 200 franchi. Adesso vai là a chiedere, e ti dicono che non possono darti 200 franchi! Oppure mettere a disposizione una persona che aiuti... non possono più, e questo è un po' un peccato! Non è più così vicino alle necessità della popolazione come lo era prima. È un po' così, un po' anonimo.

Sicuramente Bellinzona fa da polo, loro hanno i loro castelli da mettere a posto. Poi se effettivamente c'è un Bellinzona-centrismo o no non lo so, ma la gente la pensa così!

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Ma se si guarda l'esempio di Campra, il Cantone ha dato veramente molto. Sicuramente se si presenta qualcosa di concreto, non si tirano in dietro per un sostegno. Dopo forse non so se potessero magari puntare maggiormente sulla valle; magari anche per Campo, forse meriterebbe qualche cosa di più, è stato tagliato fuori da diversi anni perché avevano fatto degli studi che dicevano che Airolo fosse più remunerativo, data l'altitudine, la vicinanza con l'autostrada, il livello di innevamento... ed è forse stata tralasciata un po' la stazione di Campo Blenio. Poi deve esserci anche l'iniziativa turistica che aiuta, perché se non c'è l'iniziativa turistica... Campra per il progetto hanno aiutato, se nasce qualcosa il Cantone aiuta sicuramente.

C'è però anche da dire che adesso le procedure prevedono una burocrazia immensa per ottenere dei sussidi, questo in qualsiasi ambito, non solo per il turismo! Oggi giorno se si ha bisogno di un franco... il Sig. Vanzetta ai tempi, con quello che ha speso in carta avrebbe potuto costruire tre volte il Centro! Perché per versare una carriola di terra bisogna spendere 15000 franchi per un progetto che preveda dove metterla! Queste cose qui ti fanno poi buttare via un sacco di denaro... Però comunque se c'è qualcosa che merita, si cerca sempre di sovvenzionare.

ANNEXE XXXIX : Enquête qualitative : répondant 11

1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?

In Valle di Blenio abbiamo delle potenzialità enormi per il turismo, ma purtroppo non riusciamo a sfruttarle. Io ad esempio fino a qualche tempo fa non immaginavo nemmeno che ci fosse una proposta culturale così ricca. Abbiamo tutto quello che è lo stile romanico, a partire da San Pietro passando per San Carlo a Negrentino e San Remigio; secondo me, già solo per queste ricchezze bisognerebbe formare delle guide un po' come quelle che ci sono a Roma, che portino i turisti in giro e siano informati su tutti i monumenti. Questa sarà una nuova sfida da affrontare prossimamente. Abbiamo i ghiacciai, abbiamo delle grotte, abbiamo i torchi... abbiamo veramente tantissimo, si potrebbero fare dei percorsi davvero interessanti, che la gente non conosce e che permetterebbero davvero di scoprire il nostro territorio. In più abbiamo delle potenzialità enormi perché non abbiamo la ferrovia e non abbiamo l'autostrada. Siamo ancora una valle "integra", non abbiamo delle vie di comunicazione intasate dal traffico... siamo la valle " vergine " del Canton Ticino! Repeto che nei prossimi dieci o quindici anni saremo il massimo nel Canton Ticino per quel che riguarda il turismo, se siamo capaci a sfruttarlo. E secondo me la potenzialità che abbiamo è legare quello che è la nostra agricoltura e tutte le sue varie attività con il turismo. In questo ambito abbiamo una potenzialità enorme. Basta infatti vedere cosa succede quando vengono organizzate delle feste in un caseificio o in una stalla; c'è sempre il pienone di gente! E noi qui non siamo capaci a sfruttare questa cosa! Purtroppo, i contadini non sono capaci di andar d'accordo tra loro. Se andassero un po' più d'accordo, potrebbero avere il Canton Ticino nelle loro mani! Il loro mercato non è floridissimo, però tanti di loro "stanno ancora bene", non hanno bisogno, si dicono "chi me lo fa fare" ... La scelta di dire "no" al ParcAdula è stata secondo me deleteria; abbiamo rinunciato ai finanziamenti, perché avremmo avuto qui a disposizione un milione e mezzo all'anno per la Valle di Blenio, abbiamo rinunciato a quattro operatori turistici che sarebbero stati ad Olivone per promuovere la Valle di Blenio. Se si è contenti così... ormai il popolo ha sempre ragione. Però abbiamo davvero delle potenzialità enormi attorno al mondo dell'agricoltura. I contadini avevano i sussidi per costruire il caseificio della Valle di Blenio, ma purtroppo non vanno d'accordo, non si riesce a metterli assieme. Ma volendo ci sono appunto delle potenzialità enormi. Peccato! Qualche anno fa so che hanno fatto una riunione dopo il ParcAdula per introdurre un marchio per la Valle di Blenio, perché Berna per concedere i sussidi per il caseificio avevano messo come condizione la creazione di un marchio agricolo per la Valle di Blenio, che includesse per esempio il vino, i prodotti artigianali, la salumeria... abbiamo delle macellerie che vengono premiate a livello svizzero e non le sfruttiamo!

Per creare questo marchio i vari operatori del settore agricolo si sono trovati con l'ASCOBLE e si è preso come modello il marchio creato a Poschiavo, dove a quanto pare vendono il latte d'inverno a 90 centesimi rispetto ai 40 di qui; i contadini hanno quindi chiesto all'operatore turistico poschiavino venuto all'incontro per presentare il concetto che cosa guadagnavano in più adottando il marchio, e non se n'è fatto nulla! Loro pensano: "chi me lo fa fare di cambiare metodo di coltivazione quando non c'è un torna conto". E infatti la cosa non è andata in porto... C'è poi stata la proposta nel Consiglio Comunale di Blenio, tra l'altro fatta da un oppositore al marchio per eccellenza quale poteva essere il ParcAdula, di fare un marchio per la Valle di Blenio. A questa proposta, i promotori del marchio hanno risposto "se sei capace di fare qualcosa di migliore, fai pure!".

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Purtroppo c'è ancora un certo retaggio. Una volta, quando ero piccolo, il turista era visto come un elemento di disturbo, perché andava sui sentieri e si diceva che rovinasse i prati. Purtroppo in alcuni casi è ancora così! La popolazione forse no, ma certi ambienti sono ancora piuttosto contrari al turismo. Forse, come dicevo prima, proprio perché stanno ancora bene e non hanno bisogno del turismo, a loro va bene anche senza! Questo è veramente un peccato.

Ti posso fare un esempio: il Comune di Acquarossa ha promosso quattro sentieri locali per la pratica del Mountain bike, nella regione del Nara. I proprietari dei terreni interessati sono stati informati; questa promozione ha ricevuto una lettera con 49 contro-firmatari, per il fatto che i percorsi passassero vicini ai terreni, che potessero disturbare gli escursionisti a piedi... il Nara per forza di cose deve cercare di restare in piedi, per cui reputo che bisogna provare a far di tutto per portar su più gente possibile, indipendentemente da cosa consumino poi effettivamente; c'è tutto da guadagnare! Per cui so che è stata fatta una riunione con tutti questi proprietari, e per fortuna si è riusciti a far desistere gli oppositori all'iniziativa. Il 20 di ottobre è stata fatta l'inaugurazione di questi percorsi; sono andato a Leontica, e mi è sembrato di essere sul lungolago di Ascona dalla quantità di gente presente! Persone che entravano ed uscivano dai ristoranti, ciclisti ovunque... ci si aspettava circa una quarantina di utenti, e ne sono arrivate 150! E si vedeva il paese di Leontica che viveva! Malgrado ciò, prima ancora di fare quest'inaugurazione, ci sono state persone che avevano preannunciato che in caso di chiusura della strada ci sarebbero state delle reclamazioni. Sentendo queste cose, mi viene voglia di proporre di chiudere tutto facendo una diga in Legiuna; peccato! Però in sé una parte di popolazione riesce a recepire certi messaggi, anche se generalmente le cose bisogna spiegargliele, anticiparle e avere una condivisione. È per questo che si vuole fare un progetto, bisogna innanzitutto andare a toccare quelle pedine che hanno una certa importanza e si cerca di convincerle. Poi la cosa funziona, ma non è facile!

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Un centro turistico alberghiero ad Acquarossa, senza dubbio. Questo centro non dovrebbe essere necessariamente legato alle terme; il comune ha 25'000 metri quadrati edificabili e possiede la concessione dell'acqua. Per quanto riguarda la concessione dell'acqua rossa, c'è una convenzione che prevede il pagamento di una clausola il giorno in cui verranno effettivamente utilizzati questi diritti sull'acqua. La Valle di Blenio è una valle ancora "verGINE", ancora integra. Quindi un progetto in questo senso può starci. In questo senso sono molto fiducioso, anche perché questa struttura potrebbe fungere da volano per tutto, perché a seguito del centro turistico alberghiero potrebbero svilupparsi elementi come i prodotti caseari. A beneficiarne sarebbe l'economia in generale, che potrebbe riprendere vigore grazie a persone che comincerebbero a ristrutturare gli edifici. Si potrebbe inoltre far fronte al nostro grande problema che riguarda lo svuotamento dei nuclei; quando Acquarossa potrà diventare interessante grazie a questa infrastruttura alberghiera e ad altri elementi come un nuovo ospedale, potrebbe diventare egualmente interessante ristrutturare gli edifici dismessi nei nuclei, cosa che oggi è molto difficile perché ognuno pensa a costruirsi la propria casa con il giardino. È chiaro che ci sono anche altri progetti interessanti come il Centro Nordico di Campra, che potrà dare tanto. Non sarà facile riuscire a farlo funzionare tutto l'anno, probabilmente sarebbe stato più facile con il ParcAdula. Quello che dovrebbe far riflettere un po' è il fatto che si è dovuti ricorrere ad un prolungamento del concorso per la gestione in quanto non si era ancora trovato qualcuno disponibile ad assumersi questo incarico. È chiaro che non è facile, però è sempre vissuto prima e continuerà a funzionare anche in futuro, perché comunque ci sono 14 milioni di sussidi. Però se si chiedesse ai privati di investire nel Centro, non se ne troverebbe nemmeno uno disponibile!

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Io giudico che l'OTR stia facendo un buon lavoro. Il precedente direttore, Samuele Barenco, era veramente bravissimo. Purtroppo, Barenco poteva lavorare solamente al 60%, in quanto ha voluto comunque continuare in parallelo la pratica della sua professione. Certi ambienti hanno però continuato ad affermare che era necessario un operatore al 100%, e Barenco ha dato le dimissioni; è stato veramente un peccato! Adesso c'è Beba Grob, ho sentito dei commenti positivi sul lavoro eseguito. Naturalmente il budget che hanno a disposizione è quello che è. Se si guarda solamente il carico di lavoro amministrativo da svolgere, praticamente il budget viene utilizzato quasi tutto per questo e resta poco per quella che è la promozione in sé.

Poi è chiaro, possiamo reclamare per i 70 franchi per posto letto da pagare per i rustici, o criticare molte altre cose. Ma se vogliamo fare della produzione ci vogliono i soldi! Tanti di questi soldi come detto vanno nell'amministrazione e nella squadra sentieri...

Noi eravamo abituati alla gestione dell'Ente Turistico Blenio, che chiaramente era sempre pronto a contribuire per le varie manifestazioni, gli aiuti venivano distribuiti un po' ad annaffiatoio.

Io credo che all'attuale direttore Clericetti, che è a mio modo di vedere una persona con voglia di lavorare e che lavora bene, bisogna concedere un attimo di tempo per riuscire a mettere in rete tutto quello che è la regione del Bellinzonese con le altre valli. Questo perché noi potremmo portar qui diversi turisti; ad esempio penso sempre che quando il classico pullman di germanici va a Bellinzona a visitare i castelli. A questi visitatori non peserebbe assolutamente un ulteriore spostamento per visitare la chiesa di Negrentino per esempio! Ma sinceramente, dov'è che possono usufruire di un bagno, comprare un souvenir e bersi un caffè? È inutile, possiamo portare qui il turista, ma quest'ultimo viene soltanto se c'è una struttura ricettiva che lo accolga; al momento, dove può dormire?

Oggi ci sono degli ottimi Bed & Breakfast, che funzionano molto bene! Quindi ci stiamo muovendo, ma la struttura alberghiera classica con tre o quattro stelle non c'è, e questo manca!

Abbiamo una bella struttura per una stella o due; l'anno scorso in occasione di una gara in Campra ha accolto 400 persone! Abbiamo inoltre la Casa Greina, la Casa Cristallina, il Centro Pro Natura... ci sono veramente delle belle strutture, però si rivolgono prevalentemente ai gruppi! Adesso arriva pure il Centro Nordico di Campra... ma manca una vera struttura; se si vuole andar fuori a cena, non si sa in che ristorante andare! È tutto dire il fatto che l'anno scorso non ci fosse un solo ristorante blenie se nel programma del Maggio Gastronomico; la Leventina ne conta una quindicina... è dura!

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Naturalmente, se ci sono ancor più soldi, meglio ancora! Però non è facile. Se si vogliono ottenere dei sussidi, bisogna proporre dei progetti validi. Secondo me un elemento valido che potrebbe venir realizzato è, se i contadini andassero finalmente d'accordo, una specie di agriturismo in grande con tutti i prodotti caseari, i salumi nostrani, con tutta una serie di percorsi da fare all'interno della struttura... però ormai non si riesce a farlo, perché non c'è verso di far andar d'accordo i contadini. In Valtellina c'è un posto eccezionale, in cui i contadini lavorano in modo aperto accogliendo i turisti nelle loro stalle per delle visite, offrendo loro i prodotti locali e permettendo loro di fare varie attività come il fieno. Il contadino è ben visto dalla gente! Potrebbero avere il mondo in mano, però devono legare quello che è l'agricoltura al turismo. Devono riuscire a capire questa cosa, poi potremmo avere tutto quello che vogliamo. Anche se stanno bene nella situazione, dovrebbero avere un po' di ambizione!

In generale, sia a livello cantonale che a livello di Ente Regionale per lo Sviluppo, se si hanno dei progetti interessanti non ci sono problemi per l'ottenimento di finanziamenti.

ANNEXE XXXXI : Enquête qualitative : répondant 12**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Non sono un vero conoscitore della popolazione. Posso dire però che sicuramente è migliorata rispetto ad alcuni decenni fa, ma non siamo ancora stati capaci di veramente sfruttare tutto quello che la valle offre dal punto di vista turistico. È una bellissima valle, c'è una zona meravigliosa nel comprensorio del Passo del Lucomagno, ed anche altri posti sono molto belli. La valle appare brutta quando si entra da Biasca, con la buzza eccetera. Poi però si apre, e da Acquarossa in avanti appare molto bella. Tra le valli alpine, se la paragono alla Leventina per esempio, è una valle molto più aperta ed accogliente. Io penso che abbia ancora delle cose che si possono sfruttare dal punto di vista turistico, e mi auguro che sia un turismo sostenibile e non un turismo megalomane.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Io non vivo più qui, quindi non conosco i problemi quotidiano della gente, cosa pensa o cosa non pensa. Vengo sempre molto volentieri qui in Valle di Blenio, dove quando vado in giro per le montagne trovo sempre un amico. Ho sempre alcuni contatti. Devo dire che forse in tante cose è stata poco unita; un esempio, secondo me, è stato un po' quello del ParcAdula, dove c'era un'occasione, forse non eccezionale, per fare qualche cosa per la valle. Questa occasione ormai è andata perché c'erano fronti molto discordanti. Se non si riesce a trascinare con un progetto tutta la popolazione, poi dopo tutto è più difficile. Credo che i progetti che sono in corso adesso, nel Comune di Blenio soprattutto, siano dei progetti che possano avere il sostegno della gran parte della popolazione, anche se si sente sempre che poi Serravalle sono diversi da quelli di Blenio, eccetera eccetera. Ma cosa si vuole, fa parte del nostro DNA in fin dei conti! Ormai è così, bisogna saper digerire queste cose. Però trovo che le cose sono migliorate rispetto a venti o trent'anni fa; c'è perlomeno la volontà soprattutto di fare qualche cosa, per questa benedetta valle. Perché come dico, è una valle che ha una situazione geografica che la rende molto accogliente rispetto ad altre valli del Ticino. Però devo dire che in altri posti, sono riusciti forse a diventare più attrattivi. Prendo come esempio la Val Bavona, che è una valle selvaggia. Quando si va via dal fondo valle e si attraversa la strada, si va su dritti quasi in verticale. Però hanno saputo valorizzare molto i loro villaggi, con queste case di pietra, questi rustici rinnovati da chi? Soprattutto dagli svizzeri tedeschi! Sono riusciti ad attirare della gente che ha investito per restaurare questi rustici, che sicuramente aveva dei mezzi, ma alla quale piace stare in posti semplici, avere una vita semplice lontani dalle città e da qualsiasi cosa. Io penso che la Valle di Blenio dovrebbe pensare di più a queste cose; valorizzare e cercare di attirare persone che sicuramente hanno dei mezzi, perché hanno lavorato, e che sono disposti a restaurare delle zone dove ci sono dei rustici. Devo dire che in Valle Maggia, in Val Bavona soprattutto e in Valle Verzasca anche tanto, ci sono riusciti.

Se io guardo questa valle, è una valle aperta, molto dolce eccetera. Dalla parte del Simano è più ripida, ma il terreno è più solido in generale! La parte opposta è più dolce, ma quando viene a piovere i disastri provengono dai torrenti del versante del Nara! Mi ricordo che nel 1978 qui ad Acquarossa sono morte due persone, il Sig. Fiorini e il Sig. Ghisla... perché la tiglia è scoppiata in un colpo solo dovuto appunto a questo terreno molle. Ma penso che possiamo sfruttare le caratteristiche di questo territorio, perché è bella per le passeggiate e tante altre belle cose. Quindi penso che sono abbastanza ottimista!

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Escludendo il progetto di Gorda, perché in fin dei conti è solamente un tassello della cosa, direi che se una benedetta volta si potesse mettersi d'accordo su un progetto a misura d'uomo, io penso che le Terme potrebbe essere una via. Ma bisogna andar via dai bisogni megalomani, troppo grandi. Penso che meriterebbero di essere rivitalizzate, perché penso che un centro in cui si combini il turismo con le cure potrebbe funzionare. Però, per carità, scaliamo; bisogna fare

qualcosa di molto più semplice. Penso che potrebbe essere qualche cosa, un atout per sviluppare, soprattutto per il Comune di Acquarossa. Perché una zona che potrebbe essere sviluppata benissimo è il Nara, però non pensiamola più come zona unicamente invernale; Il Nara andrebbe sviluppato in tutt'altra maniera! Fare di Cancori una zona ben attrezzata dal punto di vista turistico, con un piccolo albergo, qualcosa del genere. Con la possibilità di avere magnifiche gite da fare, a piedi oppure come tanta gente fa al giorno d'oggi con le mountainbike.

Ad un certo momento si parlava ad esempio delle terme; vengono i russi. Ma dopo? Io penso che ci sono delle chance. Ci sono almeno paio di progetti che potrebbero venir realizzati. Penso ad esempio che il Comune di Serravalle dovrebbe pensare soprattutto alla Val Malvaglia, che è molto bella e se la si mette bene a posto potrebbe diventare come la Val Bavona, la Valle Verzasca, un posto turisticamente davvero molto bello e per un turismo davvero a misura d'uomo e sostenibile. La Valle di Blenio ha qualcosa di più; ci sono dei comparti che potrebbero essere sfruttati, come le terme.

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Devo astenermi perché non conosco; io ho avuto dei contatti positivi come promotore di un progetto con l'Ente Regionale per lo Sviluppo. Lì abbiamo avuto degli interlocutori molto validi per il nostro progetto, ci hanno aiutato a migliorarlo, a renderlo più integrato nel tessuto turistico ed economico della Valle, perché noi pensavamo solo all'osservatorio invece andava integrato in un certo contesto. Lì posso giudicare, e il lavoro che è stato fatto è stato ottimo. Abbiamo avuto degli ottimi contatti con il segretario Caprara e il direttore che adesso è Consigliere di Stato, il Sig. De Rosa, che ci hanno appunto aiutati a migliorare la cosa. Per la valle, devo dire la verità, conoscevo bene il Sig. Mannhart che ha fatto tanto per sviluppare. Ma non posso dare un giudizio sull'Organizzazione Turistica Regionale perché sarebbe fuori posto. Anche perché una volta c'era l'Ente Turistico Blenio, ora non c'è più ed è integrato in tutt'altra cosa che non ho seguito e non so com'è. Ho sentito voci che no parlavano molto bene di questa cosa ma non posso giudicare.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Io penso, vedendo quello che è capitato con l'osservatorio, che se si fanno bene le cose e se si promuovono delle attività che hanno un senso, perché hanno un interesse culturale e scientifico ma che integrano bene in un complesso, lì si trovano i soldi. Penso che nel nostro caso è stato sicuramente positivo. Spero lo sia anche per altre cose. Peccato, come dico, che in fin dei conti la valle abbia mancato un progetto importante che era il ParcAdula. Io l'ho sostenuto, sapevo che forse con questa Charta bisogna rinunciare a qualche cosa, però si è mancata un'occasione; lì c'erano tanti soldi. Va bene, i soldi poi bisogna sapere se sono ben investiti e portano a qualcosa. La popolazione no l'ha mandata giù. Secondo me è stata un'occasione persa. Perché poi era un progetto su dieci anni, e poi si sarebbe visto cosa sarebbe capitato. Le esperienze fatte dai grigionesi coi parchi nazionali sono state positive; il Parco Nazionale dell'Engadina è diventata un'attrazione anche mondiale. Noi non abbiam voluto... vabbè. Dal momento che la popolazione è stata contraria, bisogna accettare il verdetto e archiviare la cosa, e non se ne parla più.

ANNEXE XXXXII : Enquête qualitative : répondant 13

1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?

Molto problematica. Problematica perché c'è una crisi soprattutto con le strutture di alloggio. E quello che vedo io, principalmente, è un calo della presenza dei residenti secondari, che trascina con sé tutta una devitalizzazione della valle. Per me questo è l'elemento di maggior preoccupazione. Rispettivamente, l'elemento di maggior prospettiva, nel senso che se noi curassimo un po' le residenze secondarie magari svilupperemmo anche degli altri compatti del turismo.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

È ambivalente, perché secondo me c'è una bella fascia soprattutto di giovani che si danno da fare, non necessariamente per rapporto al turismo in senso classico ma nel senso di queste attività di animazione culturali, sportive, eccetera. E quindi c'è un'apertura mediamente secondo me della valle, rispetto al fenomeno in termini generali del turismo. Io mi ricordo che quando ero bambino, c'era una forte diffidenza nei confronti del turismo, che veniva visto come un'invasione poco piacevole e produttiva. Questo tipo di atteggiamento penso che sia diventato abbastanza minoritario, tranne qualche caso tra la popolazione meno giovane. Però secondo una mia valutazione non è così male l'atteggiamento di base dei bleniesi nei confronti del turismo.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Un centro balneare ad Acquarossa, che secondo me sarebbe davvero un toccasana. Senza necessariamente sfruttare l'acqua rossa. Una piscina, con qualche gioco d'acqua. Soprattutto con un bell'ambiente esterno attrattivo, come potrebbe esserci lì. Io lo vedrei sul terreno destinato alle terme, che tra l'altro è già di proprietà del comune, è molto ampio, va giù fino alla golina del Brenno. Secondo me, se dovessi puntare su un progetto, punterei proprio su quello. Darebbe sostanze alle residenze secondarie, di alloggi collettivi per gruppi se c'è la possibilità, anche in primavera col brutto tempo si andrebbe in piscina invece di dover andare fino a Sedrun per trovare una piscina.

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Sono molto critico, perché non vedo più quella presenza sul territorio che c'era prima. Ripeto, non è una questione di persone ma proprio una questione di struttura. C'era questo Consiglio Direttivo, che riuniva le persone dentro la vita economica, a volte creavano delle discussioni sui progetti, creava un movimento, che oggi stento a vedere. E i tre comuni che funzionano molto bene secondo me, hanno pochi contatti tra di loro, non sufficienti, soprattutto per la promozione comune di progetti. Tra l'altro, è uscita una piccola questione l'anno scorso che secondo me è molto significativa; il comune di Acquarossa ha chiesto una partecipazione agli altri comuni per le strutture nuove al campo sportivo; credo che gli altri comuni abbiano detto di no o abbiano fatto storie, rispettivamente Acquarossa ha fatto delle resistenze quando è stato chiamato a finanziare un progetto di un altro comune. E questo secondo me, seppur l'episodio sia abbastanza limitato, è significativo perché appunto è questo l'elemento un po' preoccupante; viene a mancare questa unità di intenti che prima era interpretata abbastanza bene dall'Ente turistico e adesso non lo è più.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Sostanzialmente no, dovrebbe fare molto di più. Ma non solo per il turismo, ma per tutte quelle infrastrutture e strutture che servono a migliorare la qualità della vita della popolazione residente, e che automaticamente serve anche per aumentare l'attrattiva del luogo per fare turismo, sia per le residenze secondarie sia per il turismo alla giornata. E qui dovrebbe fare di più. Dovrebbe metterci più soldi, al di là dei grandi discorsi. Adesso poi pare che ce ne sono [il Consuntivo 2018 ha chiuso con un avanzo di 137.2 milioni di franchi].

ANNEXE XXXXIII : Enquête qualitative : répondant 14**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

Secondo me manca un po' un territorio turistico, dei punti di aggancio che non per forza devono essere dei grandi centri, ma che porterebbero un po' più di varietà anche per i pernottamenti, offerti anche con poco. In fondo non abbiamo bisogno di molto, perlomeno all'inizio. Ci sono stati degli studi in merito al numero di passaggi in valle; mi sembra che si aggiravano sul milione di persone, soprattutto in direzione del Lucomagno per recarsi nei grigioni. È quel che succederebbe se ci fosse un grande centro termale, fatto senza creare delle altre possibilità: si creerebbe solamente del traffico.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

Penso che tutto sommato sia buono. Credo che si ha sempre un po' l'idea che i bleniesi siano delle persone un po' chiuse ma non è vero. Non sono più chiuse di altri posti. Anzi, con le persone che dimostrano di avere a cuore la regione io ho avuto sempre una buona disponibilità. Forse si tende un po' a fare i "ganasa", quindi di conseguenza si sente in seguito dire sono un po' chiusi, che non capiscono. Ma in realtà capiscono benissimo.

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Non è sbagliato ad andare ad insistere su quelle specificità che possono fungere da polo. Sicuramente se si riuscisse a fare qualcosa di interessante sul vecchio sito delle terme rappresenterebbe qualcosa che potrebbe contribuire tanto. Però credo che è una questione di cultura del turismo, che forse manca. Tutte le situazioni e i tentativi, come ad Olivone dove ce ne sono un paio, dove ci sono tedeschi che arrivano e manca un po' questo aspetto. Parlo molto col cuore, io sono sempre implicato anche al Nara, ritengo che non è così sbagliato investire in queste stazioni, perché trovo che si investe tanto in Ticino per certe strutture che poi sono magari sicuramente importanti ma... io credo pure che avere dei mezzi di trasporto come le seggiovie che collegano la pianura con la montagna rappresentano qualcosa di davvero interessante. Poi non so se si potrà continuare a fare qualcosa... Devo pure dire che l'opinione di molti è quella che il Nara lo si tiene aperto per poche persone. In parte sarà anche vero, ma credo pure che non sono necessariamente le persone che si pensano; ad esempio, nell'ambito della scuola sci ci sono famiglie svizzere tedesche che vengono a sciare al Nara! Molte di più magari di una stazione come Airolo. Io non voglio far polemica, ma quella è una struttura molto cara e molto vicina a quello che sono altre stazioni molto importanti e di un certo tipo. Al Nara invece si può lavorare su tutta un'altra offerta. Da questo punto di vista anche la seggiovia non diventa un problema ma diviene la possibilità di "tirare un po' il fiato" e di godere del panorama, che è comunque apprezzato. Bisogna inoltre puntare all'estate, ma senza l'esigenza di fare introiti, perché già di base come altre stazioni è un complesso deficitario. Ma il loro ruolo è quello di tenere attivo tutto il resto, come le strutture di accoglienza, e le diverse attività che aiutano.

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

Conosco poco l'attività dell'OTR-BAT; conosco meglio quella legata all'Ente Regionale per lo Sviluppo del Bellinzonese e Valli, avendo già discusso di alcuni progetti con loro, tra cui il progetto della Cima Norma. Anche qui la cosa ha preso, quasi per magia nera, una direzione non molto interessante. Però li ho avuto comunque modo di osservare, mi sembra, che i progetti vengono sviluppati con una certa serietà. Si agisce misurando il tutto con un progetto più ampio, che però non so se esista. So che c'è il Masterplan. Forse il punto più importante è quello di creare una rete, manca forse una piattaforma di discussione. Ad esempio, per le terme quando si discuteva della fattibilità, il fatto che molti edifici erano di proprietà di privati per molti era un fattore bloccante; ma prima di tutto, magari gli stessi privati sono interessati a partecipare! O comunque per loro era l'occasione di cedere! Infatti, un qualche anno dopo i

cartelli "vendesi" erano un po' ovunque. Vuol dire che comunque bisogna un po' riuscire a superare queste difficoltà. Si pensa che siano delle difficoltà... forse noi con il nostro lavoro siamo più abituati a prendere questi vincoli e riuscire a trasformarli in progetti. Magari è un po' questo ciò che manca.

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Non lo so. Non sono a conoscenza delle cifre... Adesso c'è un sostegno abbastanza vasto, sono stati fatti diversi studi... Le cifre sono forse un po' basse. Ma poi bisogna confrontarsi con la politica... su certi temi si spende forse di più coinvolgendo meno persone, non ci sono tutte queste discussioni sulle stazioni di sci. Ho un po' un manco di conoscenza.

ANNEXE XXXXIV : Enquête qualitative : répondant 15**1. Come reputa la situazione turistica attuale della Valle di Blenio?**

In sostanza, un giudizio dovrebbe essere dato in base alle aspettative. Ci troviamo in un momento nel quale, da una parte ci sono diversi atout, perché abbiamo delle potenzialità che sono legate ad un segmento di turismo che sicuramente sarà sempre più ricercato, valori ambientali, qualità dei prodotti. In definitiva la qualità di vita; si potrebbe riassumerla così. Dall'altra parte evidentemente, "l'esca deve piacere al pesce e non al pescatore"; quindi bisogna offrire ciò che ha un mercato e che è veritiero, per non deludere il turista che arriva qui, e che non trova quello che si aspettava. Se continuiamo a pensare ai grandi progetti probabilmente continueremo a illuderci con delle grandi aspettative e con degli ideali che in fondo si spaccano sempre la faccia contro la realtà. La realtà è una sola, ed è forgiata da chi vive qui, dagli attori turistici del settore, e in questo contesto c'è molto da fare. Ho l'impressione che dobbiamo fare un esame di coscienza e sforzarci di lavorare sugli operatori, su chi può creare dei prodotti, dei contributi, rendendoci conto che al giorno d'oggi più nessuno regala nulla, bisogna guadagnarsi ogni cosa! Quindi direi che, riconoscendo i nostri limiti, e consapevoli di essere parte di un mercato più grande, non possiamo pretendere chissà che cosa. È un po' quello che si è constatato nella campagna del ParcAdula; un'occasione purtroppo persa, però non dobbiamo dimenticare che ogni società tirerà poi in futuro le somme delle proprie scelte, "ai posteri l'ardua sentenza" per dirla col Manzoni! Sono convinto che il marchio ParcAdula" poteva essere un grande aiuto, perché ci avrebbe permesso di differenziarci; in quanto non è abbastanza dire che la Valle di Blenio è bella e ha l'aria pulita e i prodotti del territorio, quando si va in qualunque valle della Svizzera e si può dire più o meno la stessa cosa. Col ParcAdula si trattava veramente di credere in quello che era un marchio che avrebbe avuto una risonanza a livello internazionale e che permetteva quindi di fare la differenza. Venuto meno questa opportunità, non ci rimane che iniziare a fare un esame di coscienza, e come ho già detto, lavorare sulla coscienza degli operatori locali e capire che tutto parte da lì. È inutile inventarsi o aspettarsi la luna quando bisogna rimanere con i piedi sulla terra!

Io sono convinto di questo... ormai sono cinquant'anni che opero a livello istituzionale, e mi rendo conto che sì, gli ideali vanno bene per avere una spinta e per darsi da fare... ma poi bisogna rendersi conto che è inevitabile "fare la guerra con i soldati che si hanno". Se ritorniamo alla realtà locale, come ad esempio il Nara... le opzioni sono due, lo si cancella o ci si dà da fare, rimboccandoci le maniche per cercare di essere creativi. Ma se ci si crede e si dimostra di crederci, si devono mettere sul tavolo dei soldi... quello che finora in sé è stato fatto! Ora il comune sta facendo uno studio sul Nara, ben venga, perché dimostra di voler aggiornare la prospettiva futura puntando su degli obiettivi aggiornati. Il mercato cerca sempre di più la qualità, il "chilometro zero", perché la società inizia a porsi delle domande; perché comperare un loft chissà dove, quando magari si può invece essere un po' più vicini ed acquistare un rustico? Di conseguenza questa nuova tendenza potrebbe essere per noi un atout, potrebbe essere una nicchia che dobbiamo quindi interpretare e di conseguenza proporre l'offerta coerente, perché come dicevo prima, "l'esca deve piacere al pesce e non al pescatore". In fondo il nocciolo della questione sta tutto qui, senza passare qui in rassegna progetto per progetto, possiamo limitarci a dire che in valle dobbiamo leggere la realtà per quello che è, e cercare di scegliere in che contesto dobbiamo muoverci.

2. Come giudica l'approccio della popolazione nei confronti del turismo?

In fondo in fondo ti ho praticamente già risposto! La popolazione probabilmente ha ancora un retaggio, che è quello del passato, secondo il quale noi siamo un po' poveri, aspettiamo gli altri, riteniamo di conseguenza che sono gli altri che devono fare e via dicendo. Sono un po' le stesse aspettative che si hanno in ambito politico; sentirsi un po' provinciali invece di sentirsi attori lavorando sui propri valori e offrirli! Questa attitudine, secondo me, può essere molto apprezzata, è l'attitudine, l'approccio che si ha che diventa importante.

Noi dobbiamo veramente smettere di piangerci addosso e di sentirci le vittime, affetti dal famoso “morbo di Calimero”, dobbiamo sforzarci di credere in quei potenziali che abbiamo, ma devono essere quelli reali che ci possano permettere di essere attori di noi stessi! Poi, da cosa nasce cosa... l'approccio fa tanto! Se invece si è sempre sulla difensiva, aspettando che siano gli altri a risolverci i nostri problemi... Ad esempio, si usa lamentarsi che non ci sono alberghi in Valle di Blenio; ma scusate un attimo, si provi a mettersi nei panni di quelli che devono gestire l'albergo, questo cosa fa? Comincia a guardarsi in giro e si chiede se ci sono le potenzialità per fare un albergo, per trovare delle sinergie, ma poi, vista la situazione, si rende conto della realtà che impedisce di configurare il quadro del rischio aziendale... non è pertanto sufficiente limitarsi a dire che mancano gli alberghi in valle. Ma perché mancano gli alberghi? È questa la domanda che chiede una risposta lì c'è da lavorare!

3. Quali possono essere le risorse / progetti chiave per il futuro della Valle di Blenio?

Penso sia difficile intravederne una, perché sono un po' tutte complementari. Credo che l'asse portante oggi sia la mobilità lenta, cioè i sentieri rispettivamente le Mountainbike e chi ne ha più ne metta, sul quale si possono poi innestare tutta una serie di componenti che hanno addentellati (prodotti, manifestazioni...), oggi, osservando l'andamento del mercato turistico a noi conveniente, quello può essere una delle componenti forti. Non dimentichiamoci anche delle residenze secondarie, i famosi rustici, e via dicendo. Anche quelli sono delle componenti ricercate, lo si osserva laddove vengono gestiti professionalmente con successo, quindi significa che la gente comunque viene anche per godersi la pace, la tranquillità che noi pensiamo che non sia un valore, e che invece lo è. Bisogna metterlo in valore questo elemento, questa tranquillità, il verde, la pace... stamattina ero in montagna, dove c'erano dei turisti nei rustici; mi son posto anch'io questa domanda. Si è qui, non vola nemmeno una mosca, si sentiva il cucù cantare, con lo scroscio dei riali in sottofondo, una tranquillità... pensavo ad una persona che vive in una città, con la cravatta al collo tutto il giorno, poter arrivare qui, accendere il cammino e buttare la cravatta! Quest'esempio dimostra l'esistenza di un segmento di mercato che cercano poche cose ma semplici! Mi ricordo anni fa, parlando con delle persone che venivano dalla Germania e che risiedevano in un rustico al Nara, mi dicevano di apprezzare moltissimo il territorio, e di essere andati pure a Milano a visitare la Scala... è lì che mi son chiesto; noi pensiamo che la distanza per andare a Lugano sia chissà cosa, e invece non ci rendiamo conto che per un germanico che viene da noi, andare da qui a Milano in una giornata sia una cosa usuale che non pesa! Sono convinto della necessità di mettere in rete l'intero Canton Ticino e non soltanto la Valle di Blenio! Perché il Lago di Lugano, i Castelli di Bellinzona... fanno tutti parte di un quadro di interessi! Ci sarà anche chi viene qui in valle una settimana e non vuole più vedere nessuno e più sentir niente, basta che abbia la propria chaise longue, ma c'è anche chi fa magari due giorni così, e poi comincia ad informarsi per vedere cosa c'è di interessante; va a Lugano, a Bellinzona, al Festival del Film a Locarno... da qui la consapevolezza di metterci in rete!

La ricchezza di un altro è anche la mia ricchezza, se sono consapevole di ciò e se sono capace di propormi in modo complementare. Quindi torniamo ancora al discorso di partenza; bisogna far crescere la mentalità, e per far ciò dobbiamo cominciare dalle scuole per far passare il messaggio. Ci vuole tempo, come in tutte le cose. È come se si mette a dimora una pianta, non si può pretendere di andar lì il giorno dopo pensando di prendere le ciliegie! Bisogna darle il suo tempo, concimarla, lavorarla, sapere dove metterla, prima di tutto... e anche con la mentalità è la stessa cosa. Ci vogliono tempi lunghi, queste cose si possono risolvere parlando in tempi generazionali, però è chiaro che qualcuno deve iniziare!

4. Come giudica il lavoro dell'Organizzazione Turistica Regionale?

L'OTR, se giudicata con quell'approccio localista che dicevo prima, chiaramente il giudizio è molto critico, perché la Valle è stata “viziata” dalla gestione in proprio (con l'Ente turistico di valle), che bene o male faceva contenti un po' tutti e che rispondeva ad esigenze ormai superate dai tempi. Evidentemente anche l'OTR oggi deve inserirsi in un contesto

di un mercato più ampio, quindi deve tener calcolo anche di inserirsi con delle manifestazioni, con degli approcci sinergici, con strategie promozionali e via dicendo. Da quel lato lì, torniamo ancora a quello che dicevo all'inizio; non aspettiamoci troppo dagli altri, ma collaboriamo con gli altri. Quindi la nostra forza dev'essere il nostro modo di fare, quello che noi siamo in grado di dare, che può aiutare anche l'OTR nella sua missione. Non con la "specialità" che abbiamo noi, di fermarci, aspettare gli altri e criticare. La realtà mi dice che quando si va a cercare qualcuno oggi per assumersi dei compiti istituzionali; nessuno ha tempo, non ha la voglia o magari ha altri interessi! È quello che capita un po' anche in politica. Gli operatori devono comunque darsi una mossa, collaborare e credere in un progetto pur essendo liberi di criticarlo ma in modo costruttivo. Poi bisogna anche aprire una parentesi per dire che l'OTR sta ancora in un certo senso vivendo una certa "adolescenza", perché questi grandi cambiamenti non sono facili da metabolizzare. Sono un po' come le aggregazioni, non sono facili da metabolizzare subito, ci vuole un po' di tempo! In più c'è stata una serie di avvicendamenti di persone nella fase d'avviamento, e questo è stato un problema nel problema. Però come dico, prima di criticare bisogna darsi da fare e rendersi conto che è l'uomo che fa le cose e quindi bisogna avere le persone giuste al posto giusto, o perlomeno la volontà di dare un colpo di mano, di costruire. C'è ancora una punta di disfattismo e attendismo, più che altro. Aspettare sempre dagli altri. Si invidia spesso della Leventina, ma se noi guardiamo ciò che c'è in Leventina, alla fine loro hanno un sacco di problemi, più di noi! Però c'è il paradigma di sempre; guardare i leventinesi, i rivieraschi, i luganesi... ma cos'hanno quelli di Lugano? O quelli di Mendrisio? Ci sono ancora questi paradigmi, che sono anche umani se si vuole. Anche la classe politica può dare un contributo che dia il coraggio una volta per tutte di promuovere una svolta; bisogna essere realisti e considerare che ci sono dei cambiamenti in atto, non c'è niente da fare, ai quali non possiamo opporci rimanendo fermi! Fare il misantropo non serve a nulla, bisogna essere partecipi di un contesto che è globalizzato. Quindi oggi si è in concorrenza con qualsiasi offerta! Conta questo ma contano anche altre cose. Ma come dico, c'è una tendenza in atto che secondo me potrebbe essere anche positiva per noi se siamo capaci di interpretarla e sfruttarla bene.

Il problema è che la popolazione non vuole farsi coinvolgere! Ed è un segno di egoismo questo; pretendere dagli altri senza far nulla. Questo lo si nota. Io sono molto critico su questi punti, perché devo dirti la verità, avendo vissuto diverse situazioni, diversi ambiti, con l'esperienza mi rendo conto che quando si è coerenti con sé stessi, che ci si dà da fare, e che si fa quello che è necessario per il bene comune, tutto viene poi riconosciuto.

A me piacerebbe vedere quanti progetti della Valle di Blenio abbia respinto il Governo e il Parlamento; non uno! Il problema è che non ne arrivano giù di progetti! Il problema di fondo è quello! Quando ci sono questi progetti, non c'è nessun problema a farli passare! Bisogna evidentemente avere un po' di strategia, è chiaro che non bisogna pensare di andare "dal Cantone" solamente per curare i propri interessi, girandosi dall'altra parte quando ci sono i problemi degli altri. Ma diciamo che questo è un dettaglio della cultura politica, se si vuole... però se si hanno i progetti, se si ha la forza e le idee, le cose vanno.

È su questo che bisogna lavorare! Lavorare su noi stessi, nel senso della società, della popolazione. E per far ciò... un qualche salto di generazione ci vuole. Quindi cominciamo dalle piccole cose, senza voler troppo. Poi se questo funziona, qualcuno sono sicuro ci premierà, magari capita anche qualcosa di grosso... bisogna meritarsene le cose!

5. Il Cantone sussidia sufficientemente la Valle di Blenio per lo sviluppo turistico?

Come dico, quando i progetti vengono proposti, e sono progetti che contribuiscono ad una crescita, che quindi danno un valore aggiunto, non c'è nessun problema da quel lato lì! Abbiamo votato in ambito di politica economica regionale quasi 100 milioni, abbiamo dei soldi che non si spendono, perché mancano gli attori, mancano i progetti... posso capire che in alcuni contesti come i nostri, è difficile promuovere, perché in una situazione del genere uno aspetta l'altro!

Però mi ripeto, è necessario fare un passo indietro e concentrarsi sulle piccole cose, che non hanno bisogno dei grandi Business plan o cose del genere! Poi pian piano si costruisce una struttura dove i primi risultati sono quelli che confortano e che probabilmente fanno capire che se si è tutti uniti si riesce a realizzare le cose, altrimenti si continua a guardarsi in cagnesco uno con l'altro e aspettare che arrivi Bellinzona in nostro aiuto. Ma chi è "Bellinzona"? "Bellinzona" siamo noi!

I problemi bisogna superarli cercando di puntare sugli aspetti positivi. Il Consigliere di stato Vitta ha fatto fare lo studio sulle ricadute degli impianti di risalita, che ha aiutato molto, poiché ha dimostrato che, seppur contenute, le ricadute prodotte dagli impianti nel nostro contesto sono importanti, così come per il Cantone l'entità di questi aiuti non è molto, ma per noi sì! Dipende sempre dall'approccio che si ha! D'altronde, quando si parla con una persona, se questa è decisa, schietta e riconosce i suoi limiti, si ha già una lunghezza d'onda sulla quale ci si può sintonizzare. Se invece si ha a che fare con una persona che continua a piangere, che è arrabbiato con il mondo, e per il quale non va mai bene nulla... difficilmente si riuscirà a trovare un accordo!

ANNEXE XXXXV : Commentaires du jury

Travail de bachelor 2018-2019 – Noel del Siro

Commentaires du Jury

- Il manque un mot (verbe) dans le titre du TB.
- Pour le reste, le descriptif est approfondi et la thématique très (trop ?) ambitieuse.
- Les objectifs se recoupent avec des aspects de méthodologie. On retrouve les informations nécessaires mais pas dans les bons chapitres. Attention lors de l'écriture de votre TB à bien structurer.
- Il y a lieu de préciser avec votre professeur et votre mandant le nombre d'entretiens qualitatifs qui vont être réalisés, avant le démarrage de votre TB.

ANNEXE XXXXVI : Formulaire « Sujet et mandat définitif du travail de Bachelor »

<p>HES-SO Valais</p> <p>(E) (A) (T)</p> <p>+ []</p>	<p>Sujet et Mandat Définitif du travail de bachelier</p> <p>Année: 2017/2018</p> <p>Confidentiel! <input checked="" type="checkbox"/> Non confidentiel <input type="checkbox"/></p> <p>La directive sur les travaux de bachelier (DEZ 2.02.02) oblige spécifiquement l'engagement de la HES-SO Valais et celle du mandant selon ce que le sujet est confidentiel ou non.</p>	<p>FO 2.2.02.27 mod01/06/2017</p>
<p>Titulaire</p> <p>NOM Prénom : DEL SIRG Noë</p> <p>Tél.: +41 79 319 74 30</p> <p>Mandataire</p> <p>NOM du réseau social : Organisations Tintoret Régionale Bellinzona - Alti Tessin</p> <p>Adresse complète : Via Lavoro 1 CH-6110 Olten</p> <p>E-mail bachelier@hes-sovalais.ch</p> <p>Titre du travail de bachelier : Le tourisme, pourra-t-il le moteur du développement économique régional ? Le cas de la Vallée de Glaris</p> <p>Échelonnner des travaux de bachelier</p> <ul style="list-style-type: none"> > Formation à plein temps <input checked="" type="checkbox"/> Variante 1 février - juillet <input type="checkbox"/> Variante 2 septembre - novembre > Formation en émailsi <input type="checkbox"/> Variante 1 février - août <input type="checkbox"/> Variante 2 septembre - janvier > Type de tentative <input checked="" type="checkbox"/> première tentative <input type="checkbox"/> Seconde tentative 		

HES-SO Valais 	Sujet et Mandat Définitif du travail de bachelor	FO 2.2.02.27 G <small>mcb/0106/2012</small>						
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 2px;">G1</td> <td style="padding: 2px;">A1</td> <td style="padding: 2px;">T1</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">X</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	G1	A1	T1	X				
G1	A1	T1						
X								
Indiquez								
<p>6. La planification</p> <p>6.1. Comment allez-vous répartir les 300 heures sur les étapes de votre travail en tenant compte de l'effort nécessaire pour implementer la méthodologie (5) et atteindre les objectifs fixés ?</p> <p>6.2. Quelles seront les principales dates / milestones dans le déroulement de votre travail ?</p> <p>7. La liste des références</p> <p>7.1. La référence complète des sources qui seront en priorité utilisées dans votre état de fait et votre travail, selon les normes APA.</p>								
ATTENTION avant restitution, la description définitive du mandat doit être daté et signé, par <u>l'entreprise, mandant, le professeur et l'étudiant</u> .								

HES-SO Valais

EE	IG	TO
X		

**Sujet et Mandat Définitif
du travail de bachelor**

FO.2.2.02.27.GF
mob/01/06/2017

**Commentaires du professeur responsable du suivi - thèmes à développer ou à exclure, exigences de l'école,
outils à utiliser, remarques et recommandations, etc**

Date : 18décembre 2018....

Signature de l'étudiante-e :

Date : 18 décembre 2018...

Signature du professeur/de la professeure :

Date : 21 décembre 2018.....

Signature du mandant/de la mandante :

Date :0.1.FEV.2019....

Validation du Responsable de filière :

11. DÉCLARATION DE L'AUTEUR

"Je déclare, par ce document, que jai effectué le travail de bachelor ci -annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je nai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans lautorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel jai collaboré, à lexception des personnes qui mont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : ...".

Noel Del Siro