



in questo numero

- | | |
|--|---|
| 3 Editoriale
<i>Turismo? Parola d'ordine: concertazione</i> | 25 Attualità
<i>La salute al primo posto</i> |
| 4 Primo piano
<i>Quale turismo per Brentonico</i> | 27 Attualità
<i>Strade e non solo</i> |
| 7 Primo piano
<i>Manca un'identità</i> | 28 Attualità
<i>Un documento che guarda ai giovani</i> |
| 10 Primo piano
<i>Per un turismo "dolce" sul Monte Baldo</i> | 30 Attualità
<i>Zona artigianale: c'è da attendere</i> |
| 10 Primo piano
<i>Un uomo, la sua montagna: Luciano Broggi</i> | 31 Attualità
<i>Raccolta differenziata: cittadini diligenti</i> |
| 13 Primo piano
<i>Il nostro impegno per il turismo</i> | 32 Vita della Comunità
<i>15 anni di soccorso sull'Altipiano</i> |
| 15 Primo piano
<i>E per il futuro?</i> | 35 Vita della Comunità
<i>Che faccia ha "La Colonnina"?</i> |
| 17 Primo piano
<i>Panorama Monte Baldo</i> | 37 Vita della Comunità
<i>L'attività dell'Archi a Brentonico</i> |
| 18 Primo piano
<i>Il punto di vista del
Consorzio Brentonico Vacanze</i> | 38 Vita della Comunità
<i>ARGO: ambiente e cultura</i> |
| 19 Primo piano
<i>Patto Baldo Garda: aperto il secondo bando</i> | 39 Attualità
<i>Provato e certo</i> |
| 22 Le opinioni
<i>I pareri dei gruppi politici</i> | 41 Attualità
<i>Un'estate da ragazzi</i> |
| | 42 Documenti
<i>Delibere di Giunta, del Consiglio,
Concessioni edilizie</i> |

Turismo? Parola d'ordine: concertazione

Il turismo ha rappresentato per anni una risorsa economica importante per il nostro territorio. A partire dagli anni '60 Brentonico e San Giacomo prima, La Polsa e S. Valentino poi, sono diventate località turistiche 'significative'. Questo sviluppo, legato al turismo estivo ed invernale e caratterizzato dalla forte iniziativa imprenditoriale privata nel settore alberghiero, delle case vacanze, degli impianti, ha dato notevole impulso anche al sistema economico locale, alle imprese artigiane legate all'edilizia, al commercio e ai servizi, grazie alle elevate presenze turistiche.

Negli ultimi decenni lo scenario è cambiato. E' cambiato progressivamente il modo di far turismo: non più lunghe vacanze di uno o due mesi in case in affitto o in seconde case, ma vacanze fatte di brevi week-end, di una, massimo due settimane in località e strutture che offrano servizi di qualità e un'esperienza particolare, specifica, 'attrattiva'. Di fronte a questi cambiamenti la nostra offerta turistica non ha saputo adeguarsi. Inoltre, tranne qualche rara e lodevole eccezione, si sono notevolmente ridotte le figure 'attive' di operatori/imprenditori turistici impegnati sul territorio. Anche le famiglie che, attraverso gli affitti estivi riuscivano ad arrotondare gli introiti annuali, non sono riuscite (per necessità o per scelta) ad adeguare la qualità degli appartamenti offerti. Si è innescato un 'circolo vizioso': il declinante 'bilancio turistico' non ha stimolato la realizzazione delle necessarie strutture, infrastrutture e servizi; la scarsità di 'strutture' non ha stimolato la crescita turistica. Questa situazione ci induce a chiederci: è ancora un 'paese turistico', Brentonico? Certamente le 'attrattive naturalistiche' non mancano, ma è questo sufficiente a farne una 'località turistica'? No! Ci vuole qualcos'altro. Ci vuole un progetto di qualità in grado di caratterizzare la proposta turistica, ci vuole un contesto infrastrutturale che renda possibile e realistica la sua realizzazione, ci vuole un serio interesse e impegno di tutti i privati

(albergatori, commercianti, produttori agricoli, artigiani ecc.) a riconoscere nel 'turismo' una grande opportunità per le loro attività e a sviluppare una forte sinergia territoriale.

Per quanto riguarda il primo punto, l'amministrazione Comunale nel documento 'Brentonico Domani: linee generali per una crescita equilibrata dell'Altopiano di Brentonico' ha individuato un progetto strategico forte che possa dare una chiara caratterizzazione allo sviluppo dell'Altopiano: il Parco Naturale del Monte Baldo. Attraverso questo e tutte le conseguenti iniziative di conservazione e valorizzazione dell'ambiente, della storia naturalistica, delle attività tradizionali e dei prodotti tipici, si intende avviare un processo che possa costituire elemento di 'attrattività' turistica, all'insegna della Natura, della Salute, dello Sport, del Benessere e dell'Equilibrio ecologico.

Per quanto riguarda il contesto infrastrutturale si stanno recuperando una serie di ritardi (reti dell'acqua potabile, fognature, viabilità, arredo urbano, servizi, ...) che da anni penalizzano il nostro altopiano. Siamo impegnati anche nell'assicurare la continuità dell'attività delle sciovie Polsa e S.Valentino, senza le quali il nostro sistema turistico subirebbe un grave tracollo. La strada Polsa-S.Valentino rappresenta certamente un elemento di razionalizzazione della viabilità fra le località turistiche, purché la sua realizzazione non penalizzi il paesaggio e l'ambiente.

Infine l'aspetto dell'azione dei privati: senza una concreta e coraggiosa progettualità privata il turismo non potrà mai decollare. A questo proposito voglio sottolineare l'importanza del Patto Territoriale Baldo-Garda, un'opportunità unica per dare significato e spinta agli investimenti privati in ambito turistico e agricolo. Approfittiamone!

Lo sviluppo turistico non è figlio di singole o sporadiche azioni individuali o di annunci di opere più o meno eclatanti: è frutto di uno sforzo continuo, concertato, in cui ciascuno faccia la sua parte ed di cui sia chiaro l'interesse sia privato che 'comunitario'.

Giorgio Dossi
Sindaco di Brentonico

Quale turismo per Brentonico?

Ne abbiamo parlato con quattro giovani imprenditori dell'Altipiano

di Franco Delli Guanti



Quale futuro per il turismo dell'Altopiano di Brentonico? Ne abbiamo parlato “a ruota libera” mettendo attorno ad un tavolo quattro operatori del settore. Ecco quanto è emerso nel corso di un forum organizzato dalla redazione di “In Comune” con Arianna Andreolli, studentessa alla Scuola Alberghiera di Levico e figlia del titolare del Bed & Breakfast “Le Robie”, con Davide Giradelli, presidente del Consorzio Brentonico Vacanze e figlio del titolare Hotel “La Betulla” alla Palsa, con Marco Bongiovanni, titolare dell'Agritur “Malga Mortigola” di Brentonico e Simon Campostrini, titolare dell'Hotel Bucaneve di San Valentino.

Davide - Dal mio punto di vista diciamo che ci sono forte luci e forti ombre ne futuro dell'Altopiano. Le luci le abbiamo viste negli ultimi anni sotto il profilo delle statistiche che hanno registrano degli incrementi nelle presenze alberghiere. Quindi l'idea che il turismo di Brentonico sia sempre arrancante non è del tutto esatta: non appena riusciamo a far emergere le nostre potenzialità abbiamo dei buoni risultati. Le ombre riguardano i problemi di carattere strutturale. Basta un inverno senza neve per mettere in crisi l'intero settore.

Simon - Vedo tante nuove realtà che solo dieci anni fa non esistevano e che ora si stanno sviluppando. Ci sono più posti letto e maggiori proposte gastronomiche in grado di richiamare i turisti. Vedo quindi dei segnali positivi.

Marco - Non mi sembrano poi così tante le realtà che hanno aperto nel corso degli anni.

Per me la situazione è ancora “grigia”. Le potenzialità ci sono però sono pochi i giovani che lavorano. Trovo che nell'idea che Brentonico vuole puntare al turismo ci sia dell'ipocrisia. Se ne parla tanto ma non si riesce a fare rete in un territorio come il nostro dove prevalgono i personalismi. Ognuno pensa per se e poi, se avanza del tempo, collabora con gli altri. Sono stati fatti dei passi avanti con la privatizzazione dell'Apt. Si stanno vedendo i primi risultati se non altro perchè stanno arrivando i clienti. Però si parla ancora troppo. Bisognerebbe fare meno chiacchiere ed agire di più, investire meno soldi in costose consulenze e studi che poi non danno risultati concreti.

Rimango comunque del parere che manca la mentalità per fare turismo: non ci sono le persone, non ci sono i mezzi economici e non ci sono stimoli a livello politico. I privati che si danno da fare ci sono ma sono troppo pochi. Secondo me bisogna valorizzare l'esistente, fornire delle agevolazioni in questo senso, e successivamente sviluppare il settore con nuove realizzazioni. Nello stesso tempo bisogna puntare maggiormente nel creare un'identità per l'intero altopiano. Ad esempio in passato si è puntato molto sull'orto botanico ma ritengo che siano stati buttati via tanti soldi inutilmente. La via è una sola: agevolare le persone che ci sono sul territorio e incentivarle.

Simon - In questi anni chi ha investito sull'altipiano sono persone che vengono da fuori, sono pochi i locali.

Arianna - Guardando le altre realtà esistenti in provincia si vede che non siamo i migliori in questo settore. Dobbiamo



Arianna Andreolli



Marco Bongiovanni



Simon Campostrini



Davide Giradelli

perciò incentivare le attività che ci sono in questo momento invece di cercare nuove cose. Insomma, partire da quello che c'è già.

Simon - Un aspetto positivo comunque c'è: se guardiamo al passato a lavorare nelle nostre strutture c'erano tante persone da fuori, ora invece molta manodopera è locale e questo è sicuramente un bene. Quindi a maggiore ragione bisognerebbe crederci e investire. Se prima i soldi che il comune metteva negli impianti di risalita per i brentonici erano soldi

indietro... oggi fanno le scarpe a tutti perchè hanno un'amministrazione comunale che fa cose pratiche. Bisogna organizzare eventi, fare rete, agevolare la burocrazia.

Davide - Per l'inverno dobbiamo trovare una caratterizzazione forte per il nostro altopiano. Quest'anno è nata "BrentonicoSky" che si è presentata con una proposta estremamente innovativa: sciare low cost. Per questa novità siamo andati sull'ANSA con riprese dei vari giornali. Sempre più persone ci stanno scegliendo perchè siamo a

trovare occasioni per far conoscere queste potenzialità. Altro aspetto importante: abbiamo bisogno di un marchio di qualità che identifichi i prodotti della nostra zona. Per quanto riguarda gli eventi, Golosaneve sta funzionando. Perchè non riprodurre qualcosa del genere in estate? Magari legata ad una proposta di prodotti biologici... Stiamo pensando a "Golosofiore" per offrire un'ulteriore occasione per far conoscere il nostro patrimonio botanico. L'esperienza sull'altipiano di Brentonico e sul Baldo in questo modo deve diventare unica. I turisti devono diventare gli agenti di vendita del nostro territorio attraverso il passaparola. Altro elemento importante è lo sport. Abbiamo un passato di ritiri prestigiosi come quelli dell'Inter, abbiamo delle vacanze tennistiche conosciute in tutta Italia, abbiamo un bel Palazzetto e bocciodromo. Sicuramente anche la nostra offerta sportiva può e deve caratterizzare la nostra proposta turistica.

Marco - Bisogna dire che l'Apt e il Consorzio Brentonico Vacanze hanno fatto tante cose...

Simon - Le basi, i pilastri ci sono sia d'inverno che d'estate. Penso al progetto "Il fiore del Baldo" che il comune ha avviato alcuni anni fa: questa iniziativa dovrebbe dare un senso a tutto l'insieme. Però è contrastato dalla lobby dei cacciatori. Così non va bene. Si deve privilegiare l'economia: il turismo muove circa 10 milioni di euro sull'altipiano. Condivido quanto ha detto Davide: anche secondo me è importante adottare un marchio di qualità.

Marco - Sì, d'accordo... ma



Foto Daniele Lira - Apt Rovereto

gettati nelle fognature ora invece si vedono risultati. Guai quindi a fermare questa macchina del turismo perchè sarebbe la morte del paese.

Arianna - Mi pare che molte volte ci si imbarchi in progetti più grandi delle nostre possibilità. Ci sono troppi alti e bassi.

Marco - E pensare che le potenzialità ci sono: siamo vicini alle città, al Garda, c'è la funivia di Malcesine, ad esempio, ma non sappiamo trattenere le persone. Uno arriva con la funivia in cima al Baldo e non c'è un'indicazione che porti di noi. Se penso a Folgaria dieci anni fa... erano

misura di famiglia con prezzi popolari. Questo è un elemento su cui possiamo giocare il futuro dello sci. Per i week end cerchiamo di avere un asilo per i bambini, un dj e altri servizi per offrire proposte per i più piccoli e per i giovani. E' vero, non abbiamo grandi risorse però stiamo cercando di lavorare per offrire sempre di più. Per l'estate: abbiamo il Monte Baldo, c'è Malcesine, abbiamo l'elemento floreale e faunistico da sfruttare al massimo. Però non abbiamo dei modi sistematici per offrire il nostro territorio a chi cerca questo tipo di turismo. E' necessario

dietro un marchio ci deve essere qualcosa. I tedeschi ad esempio se vedono qualcosa di concreto tornano, altrimenti ne parlano male. Quindi servono azioni concrete. Bisognerebbe ad "sfruttare" i turisti che arrivano con la funivia di Malcesine (3000 persone al giorno): non c'è cartellonistica, mancano i sentieri... ci vuole materiale informativo all'arrivo della funivia che pubblicizzi la nostra proposta.

Davide - si sta pensando di fare un punto informativo insieme a Malcesine e Rovereto proprio sul monte Baldo. Vogliamo unire sempre più le forze...

Marco - Se non c'è la neve bisogna avere un piano B. Quindi ci si deve organizzare.

Davide - Il sistema di innevamento è da potenziare. L'inverno rimane uno dei

pilastri della stagione turistica però deve essere controbilanciata dalla stagione estiva. Per questo occorrono una nuova viabilità e nuove infrastrutture sportive. Ad esempio la passeggiata san Giacomo – Musè. C'è poi il nodo della strada Polsa - San Valentino...

Marco - Per me è un'utopia... bisogna essere più realisti. Le idee sono tantissime, l'importante è farle ed essere convinti. Bisogna vedere quello che si ha e quello che si è. Da questa base bisogna partire.

Arianna - Lo sfruttamento dell'inverno è importante. Ad esempio in questo momento attira molto lo snow park. Per l'estate bisogna lavorarci parecchio e dare un senso a questo parco.

Davide - Penso che bisogna lavorare con più convinzione

sulla strada di un turismo di qualità dando risorse a progetti concreti. Se è vero che ci sono 35 mila euro stanziati nel bilancio dell'amministrazione comunale a favore del turismo in un comune che si definisce turistico come il nostro, questa cifra mi sembra limitata.

Marco - Dobbiamo continuare su questa strada. Creare eventi, collaborazioni. Si deve creare maggiore informazione (depliant, cartelloni) e coinvolgere maggiormente a livello pratico e finanziario il Comune e la Cassa Rurale: sono loro che devono crederci.

Simon - Le premesse perché Brentonico rimanga un comune turistico e lo diventi maggiormente ci sono tutte. Serve convinzione da parte di tutti i soggetti e non solo da parte degli imprenditori.

Manca un'identità

Progetti e prospettive per il futuro

di **Marco Fontanari** Presidente Apt Rovereto

L'altopiano di Brentonico è reduce da alcune stagioni che hanno espresso risultati contrastanti sul piano delle presenze turistiche. Come APT siamo fra quanti hanno avviato un'analisi approfondita su quanto è accaduto, sulle sue cause prossime e remote e cercano di individuare possibili rimedi. Le principali cause che influenzano l'andamento dei flussi turistici vanno ricercate nei fattori climatico-meteorologici e nella stagnazione economica che riduce le risorse da dedicare alle spese voluttuarie, come quelle per le vacanze. Se su tali elementi ben poche, anzi praticamente nulle, sono le capacità di incidere dei soggetti pubblici e privati che esercitano la governance sul turismo, altri ed altrettanto importanti sono quelli su cui le scelte di politica turistica possono invece assumere un ruolo decisivo. Credo che il principale problema di cui soffre





L'Altopiano sia la carenza di una precisa identità territoriale, di cui fa le spese in primis l'appetibilità della sua offerta turistica. In questi anni abbiamo assistito ad una pluralità di segnali contraddittori con cui si è cercato di aggredire il mercato. Di fronte a stazioni concorrenti, anche vicine a noi, che hanno compattato la propria immagine intorno ad uno/due prodotti-modello, non siamo stati in grado di presentare un'offerta forte, omogenea, coerente ed unitaria. Voglio parlare senza remore ed esporre un punto di vista che so già potrà non essere condiviso da tutti ma, nella situazione di crisi sempre più incombente, una scelta va pur fatta e non intendo sottrarmi alla responsabilità di indicare la strada che sola ritengo possa assicurare un futuro turistico a Brentonico. Nella propria attività, prima di promozione dell'altopiano e, da un paio d'anni, anche di intermediazione del suo prodotto turistico, l'APT ha vissuto finora con un certo disagio e non poche difficoltà la dicotomia fra paese e stazioni di montagna. Se non può negarsi che, tendenzialmente, alle diverse quote su cui si distribuiscono le varie località corrisponde una differenziazione di tipologie nella clientela turistica, è però vero che il Baldo Trentino rappresenta un unicum che non può essere frammentato né in termini di immagine, né tantomeno in termini di offerta commerciale. E' ora che "inventi" una propria identità e che questa, come una sorta di marchio di fabbrica sotto il cui "brand" trovano collocazione prodotti diversi, sia da tutti condivisa, vuoi da

chi si è specializzato in soggiorni per la terza età, come da chi offre vacanze sportive, da chi predilige la clientela familiare come da chi punta tutto sulla cucina e l'enogastronomia. La diversità di offerte può diventare una ricchezza, solo però se si fa rete sull'intero territorio. L'altro grosso difetto, che evidenzia il gap di Brentonico con i suoi principali competitors, è dato dalla mancanza di collegamenti: la viabilità dell'altopiano, al di là di pur pregevoli opere di manutenzione/restauro è la stessa di 25 anni fa! Faccio appello alle istituzioni perché mettano in cantiere le infrastrutture indispensabili per facilitare al massimo la mobilità all'interno del territorio. E' inutile che ci presentiamo come la stazione più vicina alla pianura padana se poi, una volta sul posto, il turista trova difficoltà a raggiungere le diverse frazioni, anche per la mancanza di servizi di trasporto pubblico. Per uscire dalle affermazioni di principio, vorrei ora indicare alcune iniziative concrete per il rilancio del turismo sull'altopiano, sulle quali l'APT si impegnerà in prima persona ma la cui realizzazione richiede che tutti, enti, associazioni, operatori ed anche privati cittadini, facciano la loro parte.

INVERNO

A) Dobbiamo puntare su visibilità e riconoscibilità, fondate sulla vicinanza delle piste, l'atmosfera familiare e la tranquillità. L'obiettivo di trasformare l'altopiano nella prima stazione di avviamento allo sci del

Trentino è realistico ed alla nostra portata, senza trascurare gli importanti volumi generati flussi giornalieri, concentrati soprattutto nei weekend. Abbandoniamo invece le velleità di rincorsa ai modelli dei grandi caroselli sciistici e l'imitazione delle stazioni dolomitiche che, snaturando la nostra dimensione ed il nostro paesaggio, ci vedranno sempre perdenti.

B) Una volta individuato il modello di riferimento, per essere concorrenziali dobbiamo adeguarvi lo standard qualitativo non solo degli alberghi, ma anche di tutte le strutture dell'ospitalità extra alberghiera e delle infrastrutture turistiche organizzate sul territorio. Mi riferisco soprattutto all'offerta di servizi, di cui l'altopiano è ancora deficitario: oltre alla perfetta preparazione di piste ed aree sciabili, c'è assoluto bisogno di intrattenimenti per il dopo sci o pensati appositamente per quanti non sciano. Devono essere realizzate condizioni di svago intelligente che integrino l'attività sportiva. In questa prospettiva ritengo sarebbe utile implementare le sinergie avviate con Malcesine. La funivia del Garda oltretutto potrebbe aumentare la quota di quel turismo giovanile di cui abbiamo un estremo bisogno. Non mi nascondo però che il prospettato collegamento scioviario con le piste di Prà Alpesina sia di difficile attuazione, sia per i costi economici, che soprattutto per quelli che comporterebbe in termini di impatto ambientale. Preferibile sarebbe un trenino di montagna, che collegasse Palsa, San Valentino e Prà Alpesina, che oltretutto avrebbe una capienza molto superiore a quella del minibus usato finora per i tranfer.

ESTATE

Per la stagione estiva le differenti altitudini delle destinazioni presenti sull'altopiano non costituiscono fortunatamente un problema. Il territorio è valido, ricco, in gran parte incontaminato. Gode di una buona immagine, retaggio di iniziative che, nate ancora nella fase pionieristica del turismo brentegano, ne hanno consolidato la fama di località di villeggiatura in cui la natura è protagonista (Fiore del Baldo). Conditio sine qua non per la sopravvivenza della sua economia turistica è però la stabilizzazione di un numero importante di presenze, da ottenersi anche allungando la stagione dalla primavera fino all'autunno. Chiamerei tutti ad impegnarsi per aumentare la qualità dell'offerta, presente in tutte le località concorrenti. La cura del bello e dell'ambiente va coniugata con i servizi base oggi indispensabili in quanto attesi come

“normali” dagli ospiti, che anche qui devono ritrovare le stesse caratteristiche del “Sistema Trentino”. Agli operatori chiedo di puntare su una estate lunga (aprile-ottobre) in cui alternare agli italiani i turisti austriaci e tedeschi. Vorrei vedere l'imprenditoria pubblica e privata produrre il massimo sforzo per mettere in campo pullmann di linea, servizi, negozi, spettacoli serali, infrastrutture sportive, maneggi in quota, al servizio sia degli ospiti degli alberghi che di quanti soggiornano in appartamento. Ancora più fondamentale diventa in estate il collegamento con i turisti del lago operato dalla funivia (circa 350.000 passaggi) che, con un programma di accoglienza ben strutturato potrebbero trasformarsi in altrettanti visitatori o potenziali ospiti. Ecco allora che il progetto di mini-



ferrovia sarebbe utile anche per l'estate: il trenino del parco dei fiori effettuerebbe tappe nelle malghe, allo zoo di montagna, alla riserva botanica. Un percorso parallelo ai binari potrebbe diventare sede ideale per passeggiate, trekking e mountain bike ed, in inverno, trasformarsi in panoramica pista da fondo. Manterrei i camp estivi e le scuole tennis: il mercato dei giovani è importante per creare reddito, anche in prospettiva futura. Tutto questo è realizzabile però solo con una forte volontà di investire sul turismo, inteso quale risorsa primaria di Brentonico, innanzitutto da parte dell'Amministrazione Comunale, ma anche da parte degli operatori privati, finalmente concordi intorno ad un unico progetto che solo può conferire all'altopiano quell'identità precisa, che faccia sintesi di tutte le sue diversità.

Per un turismo “dolce” sul Monte Baldo

di Nicola Zoller Presidente Consiglio Comunale

In tutto l'arco alpino il turismo di massa basato sullo sci da discesa e la settimana bianca è ormai arrivato ad un livello non superabile. Non è prevedibile cioè una nuova domanda aggiuntiva di questo tipo di turismo.

Anche nelle realtà più classiche per l'attività invernale dell'area dolomitica si impone la necessità di inventare una nuova offerta invernale; e anche qui, dalle valli di Fiemme e Fassa a Marilleva e Campiglio, la realizzazione di nuovi impianti sciistici è difficilmente sostenibile dal punto di vista economico (oltre che ambientale).

Ciò vale a maggior ragione per le molte realtà simili a quelle del nostro Monte Baldo. Qui, secondo Mariangela Franch, docente di marketing alla Facoltà di economia dell' Università di Trento, bisogna rovesciare il modello attuale, provando a fornire una offerta turistica nel corso di tutto l'anno. Privilegiare una forma di turismo “dolce” fatto di passeggiate, nordic walking, ciaspole, corse con le slitte, prodotti tipici, cultura.

Insomma – spiega la prof.ssa Franch – un turismo lento che non prevede ski pass e sciate. Secondo le indagini di mercato, la domanda di questo turismo eco-responsabile esiste, è consistente e quindi giustifica gli investimenti per promuoverlo perché c'è la convenienza economica. In pratica, per garantire alle generazioni future possibilità di lavoro e di vivibilità non si può pensare di compromettere, con vecchi modelli di turismo, aree territoriali ancora “vergini”.

Gli operatori economici più sensibili l'hanno già capito. Fanno, ad esempio, strutture alberghiere con meno stanze ma molto più grandi di prima, usano materiali locali, molto verde, spazi di ritrovo. Gli altoatesini fanno spesso da apripista. In molti casi offrono la villeggiatura più che la vacanza mordi e fuggi. Propongono e valorizzano la loro cultura, la gastronomia, il folklore. Anche il Trentino e il nostro Monte Baldo hanno caratteristiche simili e talora ancora migliori dell'Alto Adige. Si tratta di farle emergere, ma per far questo bisogna lavorare almeno sul medio periodo, senza guardare al mese dopo.

E mentre nel turismo “spinto”, d'assalto agli impianti di risalita, arriveranno turisti italiani e stranieri con i tour operator, verso il nostro turismo “dolce” confluiranno turisti più informati, uomini e donne tra i 25 e i 45 anni, con titolo di studio medio-alto, un turista “fai da te” che vuole fare una vacanza diversa e può spendere di conseguenza.



di Gabriele Leita

Non è facile descrivere velocemente chi è Luciano Broggi e cosa rappresenta per il turismo brentegano e per il monte Baldo. Solo lavorando fianco a fianco sugli impianti sciistici di S.Valentino ho potuto capire qualcosa di quest'uomo che già nel 1964 diede inizio alla storia delle sciovie S.Valentino.

Luciano è divenuto con il tempo una vera e propria istituzione vivente sul nostro altipiano, anche se è lui stesso a riconoscere e ad omaggiare il Cavalier Vittorio Angeli, recentemente scomparso alla veneranda età di 88 anni, “quale pioniere dello sci brentegano”.

Fu lui nel 1959 a costruire con la ditta Nascivera il primo skilift in località Mortigola dal cui successivo smantellamento nacque il lift scuola di

S.Valentino. I ricordi corrono proprio in quegli anni: “ Era il lontano Agosto del 1964 quando iniziammo i lavori della strada che dava il via alla nascita delle Mosee.

Mentre Domenico Galassi iniziava la sua avventura nell'altra località turistica dell'altipiano ovvero la Polsa, i Broggi assieme ad Augusto Girardelli decisero per l'investimento a S.Valentino.

Con mio fratello Marino, visto il calo del settore edilizio in cui eravamo impegnati, decidemmo di buttarci in questa avventura anche per non perdere la manodopera dei nostri operai.

Molti sono i ricordi legati a quei momenti: in una splendida giornata di sole il 12 Dicembre 1964 in presenza dell'allora Sindaco dott. Tarcisio Andreolli venne celebrata l'inaugurazione dei servizi ed impianti che avrebbero dato inizio all'attività invernale nella zona di S.Giacomo e S.Valentino.

Finita la cerimonia alle 13 mentre si accedeva al ristorante Bucaneve per gustare quanto preparato per l'occasione, l'allora parroco di

l'esborso fu di 126 milioni di lire.

La spesa si fece sentire anche perché la prima neve di quella stagione arrivò la settimana di Pasqua (90cm) abbastanza comunque per poter constatare l'efficienza del mezzo ed evidenziare la preparazione delle piste negli anni a venire.

Molte comunque sono state le stagioni trascorse a dover battagliaiare con la carenza di neve sull'altipiano, in particolare durante il periodo Natalizio che è il più importante per la nostra attività.

Nel 1987 ci accorgemmo che a conti fatti avevamo trascorso almeno la metà dei Natali senza neve e che bisognava, giocoforza, pensare di ricorrere alla neve artificiale.

E' importante comunque ricordare la grande importanza della neve naturale; senza di essa il titolare degli impianti ricorrendo alla neve artificiale crea indotto alla sua zona ma fa terribilmente fatica a reggersi in piedi.

Personalmente ho un grande rammarico dato da quanto i cittadini ed i rappresentanti delle istituzioni facciano fatica a capire l'importanza

Un uomo, la sua montagna: Luciano Broggi

Brentonico, Don Ottorino Giuliani incaricato delle varie benedizioni disse:

“ abbiamo finito la nostra parte, adesso speriamo che arrivi la neve”.

Alle tre del pomeriggio il sole si oscurò ed dopo un'ora arrivarono i primi fiocchi di neve sui prati asciutti.

Il giorno dopo 13 Dicembre, S.Lucia, si poterono misurare 75cm di neve e così ebbe inizio la prima vera stagione invernale a S.Valentino.

Erano appunto gli anni delle cosiddette vacche grasse; nelle prime stagioni tutti erano contenti:

bastava mettere in moto e far si che in qualche modo la giostra girasse.

Ma non erano proprio solo rose e fiori in quanto le spese si facevano sentire.

Nel 1972 fu acquistato, alla fiera di Bolzano, il primo mezzo battipista degno di tale nome; fu un investimento da capogiro infatti considerando anche gli interessi bancari

per il nostro territorio del turismo invernale, al contrario di quanto invece avviene in altre località del Trentino “.

Nel 1987 iniziano a comparire i primi generatori di neve comunemente chiamati cannoni.

Anche in questo caso possiamo vedere chi è Luciano poiché acquista delle macchine direttamente sul mercato ma poi con forza e caparbia realizza lui stesso, con l'aiuto di artigiani locali, i suoi cannoni (per contenere i costi).

Non si ferma qui poiché continuamente ogni anno visita le fiere di settore e le altre stazioni sciistiche ed osserva cosa fanno gli altri e come lo fanno; ogni volta che si reca in qualche luogo porta la sua fedele macchina fotografica. Così piano piano arrivano anche a S.Valentino i cannoni ad alta pressione, le cosiddette aste. Ogni anno il tracciato aumenta e di conseguenza anche l'area sciabile innevata artificialmente.

Nel 1998 altra svolta per la stazione sciistica: i due skilift Bucaneve e Postemon, giunti oramai alla scadenza tecnica della loro vita, vengono sostituiti da una moderna seggiovia quadriposto ad ammortamento fisso.

Lunghezza dell'impianto 1150 mt, dislivello 330 mt, portata oraria 2000 persone ora, 16 sono i piloni di sostegno.

Era un investimento non più rimandabile sotto ogni punto di vista non ultimo quello della sicurezza visto che i principali fruitori degli impianti sono principianti o sciatori di medie capacità.

“E' una cosa che si doveva fare altrimenti si andava a chiudere.

Per troppi anni abbiamo rimandato questo



investimento, mentre altre località del Trentino proseguivano la loro corsa verso il rinnovamento tecnologico.

L'unico rammarico è il fatto che ci si aspettava una maggiore partecipazione finanziaria da parte dell'ente pubblico e degli operatori locali.

L'investimento è stato di 3 miliardi e seicento milioni, un terzo dei quali erogati in conto annualità dall'ente provinciale, il resto è stato messo assieme con energie proprie, grazie anche alla entrata in società, con il 25% di quote, di Maurizio Cellè.”

Proviamo ora a parlare della Polsa, anche se conosco bene la situazione e quando si tocca questo tasto Luciano arriccia sempre il naso:

“con loro i rapporti non sono mai stati idilliaci e mai si è giunti realisticamente ad ipotizzare una possibile unione.

Mentalità imprenditoriali diametralmente diverse, troppe discussioni sulle reciproche spettanze e sul numero di passaggi e punteggi da attribuire ai vari impianti di risalita.

I rapporti sono decisamente migliorati con la gestione degli Impianti Polsa da parte di Italo Viola.

Oggi mi auguro che i nuovi interlocutori, da entrambe le parti, possano trovare la via della massima collaborazione, e se la mia uscita potrà favorire questo processo non posso che esserne felice”.

Abbiamo sentito bene, si è proprio così l'uomo dai bianchi capelli venuto anni orsono da Varese ha deciso di farsi da parte e godersi la meritata pensione.

Visto il suo carattere forte, deciso, infaticabile, vista la sua caparbità e la sua tenacia in pochi sul Monte Baldo sarebbero stati pronti a scommetterci; alla fine però anche lui alla nobile età di 77 anni lo scorso anno ha deciso che era giunto il momento di farsi da parte. Non è stato facile per chi come il sottoscritto lo conosce bene rendersi conto che Luciano Broggi sale tutti i giorni a S.Valentino non più come condottiero della sua creatura ovvero le sciovie di S.Valentino, ma da semplice turista e fruitore degli impianti.

Due sono le soddisfazioni che porta con sé dopo tanti anni trascorsi sui pendii di S.Valentino:

la stella al merito del lavoro assegnata al dipendente Pasquale Pelando, dipendente di Luciano per 33 anni, e gli apprezzamenti di tanti giovani, tra i quali anche il sottoscritto, che ancora oggi a distanza di tempo lo ringraziano per avergli insegnato qualcosa di importante inerente al mondo del lavoro anche se Luciano non è stato mai troppo docile con loro.

Oggi il canuto Broggi guarda al futuro con fiducia.

“Coloro che hanno rilevato le Sciovie sono giovani ed hanno buone possibilità economiche; auguro loro di trovare la giusta strada per poter far rifiorire la nostra stazione”. Per concludere Luciano afferma:

“Prima salivo a S.Valentino per dovere ora lo farò solo per esclusivo piacere”, per incontrarlo basta fare un giro in alta montagna presso l'Hotel S.Giacomo oppure dal Beppe al Ciclamino e lo puoi trovare seduto con gli amici che gioca tranquillamente a carte.

Grazie Luciano, grazie di cuore...

Il nostro impegno per il turismo

La fotografia della realtà turistica nei piani dell'amministrazione comunale

di **Dante Dossi**, Assessore al Turismo, Cultura e Sport

La costituzione di natura privatistica della “Nuova APT” di Rovereto e Vallagarina nella primavera 2004 ha portato importanti novità nel panorama turistico trentino e nel nostro Altopiano. Il nostro approccio è stato quello di stimolare il Consorzio Brentonico Vacanze (che dovrebbe raccogliere tutti gli operatori turistici, i proprietari di case vacanze gli esercizi commerciali, i produttori agricoli locali) a diventare organo territoriale di definizione delle proposte turistiche e quindi, assieme al Comune, interlocutore primario della nuova APT. Ci siamo impegnati per fare in modo che la rappresentanza dell'Altopiano all'interno del Consiglio di Amministrazione della nuova APT fosse adeguata al rilevante movimento turistico che da sempre caratterizza Brentonico. Assieme agli operatori siamo riusciti ad inserire nel direttivo della APT tre rappresentanti dell'Altopiano. Il Consorzio Brentonico Vacanze, “Nuova APT” e Comune di Brentonico hanno elaborato una proposta di collaborazione con l'obiettivo comune e strategico di migliorare la proposta turistica del nostro Altopiano. Nonostante il momento non certo favorevole per il turismo le analisi delle presenze dal 2004 al 2007 presentano indicatori abbastanza

positivi. Le presenze nelle strutture alberghiere dal 2004 al 2007 sono passate da 58.760 a 74.670 con un aumento del 28 %, quelle nelle strutture extra-alberghiere presentano un calo del 14%, con cifre che vanno da 284.468 a 243.108. Questi dati fanno emergere una situazione positiva per il settore alberghiero, soprattutto se si tiene conto che la stagione 2007 è stata contraddistinta dalla mancanza di neve. Aspetto che naturalmente è stato assai negativo per il settore extra-alberghiero. Quest'ultimo dato deve far riflettere poiché le presenze turistiche sul nostro territorio sono fortemente legate all'extra-alberghiero. L'aumento delle presenze alberghiere e la limitata riduzione delle presenze nelle seconde case si sono ottenuti grazie a iniziative e contatti per potenziare il turismo sportivo e giovanile attivati assieme ad APT e Consorzio Brentonico Vacanze. L'Altopiano di Brentonico è divenuto negli ultimi anni sede ideale per la preparazione estiva degli atleti di diverse discipline sportive. Molte società e federazioni non solo italiane salgono nei mesi estivi sull'Altopiano per preparare al meglio la stagione agonistica. A partire dal mese di giugno nel 2006-2007 si



Foto Enrico Genovesi - Apt Rovereto

sono alternati a fare la preparazione importanti testimonial sportivi e grandi squadre: le nazionali italiane femminili e maschili dello sci da fondo, poi la nazionale maschile tedesca di sci da fondo, ormai di casa sull'Altopiano e a San Giacomo, ed ancora la squadra del Mantova calcio. Con la squadra nazionale di sci da fondo al completo erano presenti le medaglie olimpiche di Torino 2006: Laura Follis, Giorgio Di Centa, Cristian Zorzi e Pietro Piller Cottler. Nella stagione invernale sono state fatte nuove proposte concordate fra Amministrazione Comunale, APT, Consorzio Brentonico Vacanze, operatori turistici che hanno avuto notevole riscontro e neve permettendo una stagione di soddisfazione per il settore turistico. Segnaliamo la proposta "Sciare Vista lago", e le serate di intrattenimento presso le strutture turistiche. Purtroppo la stagione invernale 2006/07 ha segnato una battuta di arresto a causa della mancanza di neve e l'alta temperatura. Questo ha comportato anche l'acuirsi di una situazione di difficoltà per le società degli impianti di Polsa e S. Valentino. Un accordo con Brentonico Ski ha comunque consentito di garantire l'apertura degli impianti nella stagione 2007-2008, riscuotendo anche un buon apprezzamento degli sciatori sia per quanto riguarda la tenuta delle piste sia per la politica dei prezzi praticati. La tendenza delle variazioni climatiche in corso deve far riflettere l'amministrazione e gli operatori per cercare assieme di trovare altre forme di valorizzazione e proposta della nostra montagna alternative che sappiano rendere

attraente le nostre stazioni turistiche anche in caso di mancanza di neve e poter così nel medio termine superare queste difficoltà. La valorizzazione dei nostri prodotti, quali il marrone di Castione, i formaggi di malga, la trota, la farina del mulino delle Sorne, i pregiati vitigni di Crosano, Cazzano e Castione, diventa un passaggio importante per aumentare l'attrazione turistica e consolidare un legame fra gli ospiti ed il nostro territorio. L'impegno dell'Amministrazione è stato quello di sostenere e promuovere le iniziative dei nostri operatori utilizzando i canali delle Associazioni e delle reti istituzionali (vedi "Strada del vino e dei sapori della Vallagarina", "la Città del Castagno"). Importante per la valorizzazione del territorio e dei prodotti la tradizionale festa della castagna promossa dall'Associazione Tutela Marroni di Castione. Dal 2006, assieme ai produttori agricoli locali, si organizza la manifestazione "Monte Baldo, Sapori D'autunno" che promuove il territorio, i prodotti e la tradizione del nostro Altopiano. Grande successo ha avuto anche la prima edizione dell'iniziativa "Panorama Monte Baldo" di cui si allega una presentazione a parte che coinvolge tre settori chiave dell'economia brentegana; Agricoltura, Turismo, Artigianato. Il Comune ha finanziato e sostenuto: manifestazioni di intrattenimento dell'ospite; produzione di materiale divulgativo d'immagine e promozione del prodotto turistico; iniziative legate al Consorzio Brentonico Vacanze ed alla "Nuova APT" eventi sportivi di rilevanza turistica.



E per il futuro?

Progetti e prospettive per un rilancio del turismo sull'Altipiano

di Dante Dossi

Il mercato turistico ha subito negli ultimi anni profonde trasformazioni. La crescita economica, il modificarsi degli stili di vita, la vertiginosa crescita tecnologica, lo sviluppo della mobilità e dell'informazione sono i principali fattori che stanno all'origine della rapida evoluzione della domanda turistica. Nel turista affiorano sempre più aspettative nuove a cui da subito bisogna dare risposta, altrimenti si rischia di restare ancorati esclusivamente a una domanda tradizionale che lentamente si va riducendo.

La forte competizione ormai presente tra le località turistiche ha largamente superato i confini nazionali e vede le località montane in condizioni di oggettiva difficoltà nel far fronte alle attese del mercato, tanto a quelle emergenti quanto a quelle consolidate. La fascia più consistente della domanda turistica delle aree montane proviene da città in cui le condizioni di vita sono andate sempre più distinguendosi per un forte livello di inquinamento, di stress, di mancanza di rapporti fra le persone, di bisogno di sicurezza.

I tradizionali fattori sui quali si è sviluppato il nostro turismo sembrano non presentare più l'appel di un tempo.

Il turismo montano in generale si trova in difficoltà. Per superare questo momento dobbiamo



formulare una proposta che consolidi il legame con il territorio e ne promuova le particolarità.

I punti di forza qualificanti del nostro Altopiano che emergono da una serie di studi e piani di sviluppo e fatti propri da "Brentonico Domani" sono:

Il territorio/l'ambiente: la peculiarità botanica, la biodiversità e la storia naturalistica; la storia, le tradizioni agricole-zootecniche; i prodotti agricoli e zootecnici, l'artigianato locale e l'enogastronomia le risorse geologiche e minerali (cave di marmo, fossili,...); **le strutture turistiche e sportive;** la collocazione geografica.

Le risorse umane: operatori turistici, associazioni, addetti dei vari settori, talenti artistici e intellettuali.

La possibilità di sviluppare

sinergie tra i settori.

Sono questi gli aspetti su cui si rende necessario insistere, nella direzione di una maggior valorizzazione delle strutture che l'Altopiano ha a disposizione, offrendo a chi vi viva quotidianamente e a chi vi giunga in visita la possibilità di vivere in un ambiente naturale curato, assaporando un benessere fisico e spirituale, praticando sport ma senza per questo rinunciare alla cultura. Diventano allora importanti esperienze storico - didattiche quali le visite guidate, le settimane verdi, i convegni. Molto potrebbe venire infine da un marchio naturalistico che offrisse prodotti nell'ambito della natura, del benessere, della salute, integrando in un unico sistema sinergico le attività economiche e facendo della compatibilità economica ed ambientale il suo punto di forza. Da indagini e rilievi

sulle presenze turistiche, a livello nazionale sono infatti in netta crescita le richieste per: Turismo Natura, Sport, Enogastronomia. In questi settori dobbiamo puntare decisamente se vogliamo aumentare gli ospiti e nel contempo destagionalizzare e ringiovanire le presenze turistiche sul nostro territorio. L'istituzione del Parco dei Fiori è un'idea forte e caratterizzante, uno strumento di indubbia efficacia per il perseguimento degli obiettivi sopra evidenziati e, così come afferma il documento Brentonico Domani, può rappresentare una prospettiva strategica di alto profilo, che potrebbe fare da filo conduttore, idea organizzatrice, integratrice e animatrice del progetto di sviluppo che abbia le caratteristiche essenziali della sostenibilità e della tipicità territoriale.

Il parco rappresenta una fonte di opportunità per l'iniziativa imprenditoriale, specie quella di matrice giovanile, per i flussi turistici che potrebbero derivare da questa nuova concezione di parco e quindi per l'occupazione. Si tratterebbe inoltre di una



naturale prosecuzione di un percorso che abbiamo già iniziato a intraprendere: la nostra attuale proposta turistica si muove già in questa direzione, promuovendo e caratterizzando dell'Altopiano soprattutto gli aspetti più legati a montagna, natura, cultura, sport, ambiente, enogastronomia.

Si devono affrontare anche una serie di problemi strutturali di vitale importanza per il futuro turistico:

Promozione delle seconde case e degli appartamenti disponibili in forma consorziata puntando sulla

qualità. Aumento della capacità e qualità ricettiva organizzata (alberghi, bed&breakfast, agriturismo, strutture e abitazioni adeguate, accoglienza e simpatia, autenticità,). Prolungamento della stagione turistica in modo da permettere la presenza di un numero congruo di turisti da poter garantire economicamente l'apertura delle strutture per gran parte dell'anno. Difficoltà finanziarie delle società che gestiscono gli impianti da sci e situazioni climatiche incerte; le presenze legate al turismo della neve sono importanti, la situazione di difficoltà delle società impiantistiche ed i fattori climatici creano un clima di incertezza che bisogna dipanare. Come si vede tante sono le iniziative messe in atto e quelle da intraprendere per far crescere la proposta turistica del nostro Altopiano. L'importante è riuscire a coinvolgere tutte le parti interessate: APT, Consorzio Brentonico Vacanze, Comune, P.A.T., operatori economici e cittadini. Lo scopo è quello di costruire assieme uno sviluppo condiviso e durevole per tutti..





Panorama Monte Baldo

Valorizzare il territorio e i suoi prodotti

di Dante Dossi

Parlare di un territorio e dei suoi prodotti implica affrontare una serie di argomenti che riguardano sia l'azione amministrativa, sia il rapporto con il mondo dei produttori. Pubblico e privato, infatti, sono i due elementi cardine intorno ai quali ruotano tutte quelle attività che hanno come comune denominatore lo sviluppo socio economico locale, inteso come integrazione fra elementi quali la tutela ambientale, la gestione del territorio, le produzioni artigianali, la salvaguarda dell'ambiente, delle tipicità enogastronomiche, dei vitigni e dei castagni, la promozione turistica e la sostenibilità. Elementi che possano concorrere, tutti assieme, a migliorare la qualità della vita. Negli ultimi anni si registra un forte incremento del turismo enogastronomico; il Censis Servizi stima che il giro d'affari legato al settore sia destinato a raddoppiare da qui ai prossimi 10 anni. Dunque un mondo che, nonostante la crisi congiunturale che ha colpito l'economia italiana ed europea, dimostra di avere notevoli margini

di crescita. I nostri prodotti rappresentano, pur sapendo che non possono essere la sola ancora di salvataggio, il miglior biglietto da visita del territorio, pertanto è anche grazie alla loro tutela, valorizzazione e promozione che è possibile vincere la sfida della globalizzazione. Prodotti di territorio, sempre più identificati con la terra di origine, sempre più legati al nome e all'identità del luogo. Da qui oltre che dalla positiva esperienza dello scorso anno della manifestazione "Monte Baldo, Sapori d'Autunno", l'idea di questa manifestazione "Panorama Monte Baldo". Lo scopo della manifestazione è stato quello di promuovere il nostro territorio ed i suoi prodotti, di saperli proporre con la semplicità del passato ma anche con la consapevolezza della loro unicità ai nostri compaesani ed ai graditi ospiti ed acquirenti. L'iniziativa 2007 si è snodata su tre percorsi che si intrecciano profondamente poiché hanno per filo conduttore la valorizzazione dei prodotti e delle tradizioni dell'Altopiano.

Il punto di vista del Consorzio Brentonico Vacanze

di Davide Girardelli

Dal punto di vista economico, le attività legate al turismo sull'Altopiano sono stimabili in circa sei milioni di euro ogni anno, con un indotto vicino ai cinque milioni, considerando sia la spesa turistica, sia gli stipendi del personale. Il turismo gioca, quindi, un ruolo importantissimo nel sistema economico dell'Altopiano di Brentonico.

Anche se negli anni che hanno preceduto la sfortunata stagione invernale 2006/2007 sono stati caratterizzati da una notevole crescita, oggi si respira una forte preoccupazione per il futuro tra gli operatori del settore turistico. Le ragioni di questa preoccupazione sono in parte dovuti alla necessità di un nuovo impulso alla promozionale e commercializzazione turistica, ovvero al come vendiamo il prodotto "Brentonico." A monte, però, appare il problema di cosa vendiamo, ovvero i punti di forza che ci rendono forti e caratterizzano la nostra offerta sui mercati turistici in Italia e in Europa. Questa "difficoltà di prodotto" deve essere affrontata con decisione e superata con l'impegno diretto dei principali protagonisti del settore turistico ed economico brentagano: operatori, Consorzio Brentonico Vacanze, APT, Cassa Rurale e, ovviamente, Amministrazione Comunale e Provinciale. I nostri sforzi nel breve termine devono necessariamente concentrarsi sulla nostra offerta invernale. Da ormai troppo tempo si vive in uno stato di incertezza che non ci

permette un'adeguata pianificazione delle attività invernali: è tempo di dare stabilità e chiarezza. Nei prossimi anni sarà fondamentale saper gestire al meglio il nostro comprensorio sciistico. BrentonicoSki ha dimostrato i vantaggi di una gestione unitaria delle stazioni Polsa e San Valentino che ricordiamo essere una in funzione dell'altra. Ma ad oggi è necessario dare continuità all'azione di BrentonicoSki, oltre che dotarla degli strumenti necessari per affrontare con successo i prossimi inverni: un sistema di innevamento che possa garantire in breve tempo al bisogno l'innnevamento delle piste principali; la realizzare la nuova seggiovia Rosa del Sole.

Per quanto riguarda il medio e lungo termine, bisogna sempre più rafforzare e puntare sulla stagione estiva in senso esteso, da maggio a ottobre per intenderci. Ci sono parecchi progetti a riguardo. Nel precedente numero della rivista InComune abbiamo già dedicato molto spazio al sostegno degli operatori turistici al Progetto del Parco dei Fiori del Baldo. Il Parco saprà offrirci un grosso vantaggio competitivo per esempio sul mercato scolastico, oltre che rappresentare un potenziale volano per tutta l'economia dell'Altopiano. Inoltre, bisogna sempre più attivare una collaborazione concreta con la Funivia Malcesine Monte Baldo per creare progetti di sviluppo che siano sostenibili dal punto di vista ambientale ed economico e che possano caratterizzare il nostro territorio. A questo riguardo, una proposta sicuramente affascinante di cui si sente parlare è la realizzazione di un trenino di montagna che possa servire da raccordo alla Funivia del Monte Baldo di Pra' Alpentina e quindi aprire l'Altopiano al turismo del Lago di Garda. Ci sono, quindi, già sul tavolo progetti forti e originali che hanno le carte in regola per farci superare davvero l'attuale "difficoltà di prodotto." Tuttavia, bisogna oggi dimostrare coraggio e decisione per dare finalmente concretezza ai piani in tempi ragionevoli e incominciare davvero a rendere il futuro del turismo dell'altopiano di Brentonico e del Monte Baldo, non un sogno, ma una realtà.



Patto territoriale Baldo Garda: aperto il secondo bando

Lo ha deciso la Giunta Provinciale di Trento

In data 30 maggio la Giunta Provinciale ha deliberato l'apertura del Secondo Bando del Patto territoriale Baldo Garda.

Da questo momento e fino al 28 novembre i soggetti privati interessati a realizzare un progetto di investimento nell'ambito del Patto possono presentare domanda di ammissione ai benefici del Patto Territoriale.

Il Tavolo di concertazione ha deciso di riservare per il secondo bando un ammontare di investimenti privati fino ad un massimo di 20.000.000 di Euro e di destinare ai tre obiettivi fondamentali del patto le seguenti quote:

- Obiettivo 1: "Rafforzamento della capacità competitiva ed attrattiva del sistema turistico locale" Euro 11.000.000

- Obiettivo 2 : "Sostegno allo sviluppo e alla qualificazione delle attività agricole di montagna e alle attività di trasformazione dei prodotti dell'agricoltura, della zootecnia e della silvicoltura" : Euro 5.000.000

- Obiettivo 3: "miglioramento della compatibilità ambientale delle attività produttive e valorizzazione a fini produttivi delle risorse primarie del territorio patto": Euro 4.000.000.



Il Primo Bando si era chiuso il 31 maggio 2007 e, complessivamente erano state accolte proposte d'investimento privato come dal seguente schema:

Obiettivo	Settore	Numero domande	Importo coerente €	Incidenza % del settore
1	Turismo	7	5.436.237,04	71,3%
1	Commercio	5	916.434,14	12,0%
2	Agricoltura/agriturismo	11	1.274.329,43	16,7%
3	Artigianato	-	-	-
	Totale	23	7.627.000,61	

Oltre alle agevolazioni per le iniziative private, il Patto prevede la realizzazione, nei quattro Comuni del Patto (Ala, Avio, Brentonico, Nago-Torbole), di opere pubbliche a sostegno degli obiettivi pattizi per un importo complessivo di circa € 7.950.000.

Il Patto Territoriale Baldo Garda: uno stimolo allo sviluppo delle potenzialità turistiche inesprese del nostro territorio

di Giorgio Dossi

Con l'apertura del Secondo Bando è ripreso il cammino del Patto Territoriale Baldo Garda che, come sappiamo, coinvolge i comuni di Ala, Avio, Brentonico e Nago - Torbole. Che obiettivi si propone il Patto? L'obiettivo fondamentale è quello di innescare e sostenere un processo di sviluppo dell'economia locale imperniato sulla sinergia tra turismo "di qualità", agricoltura, valorizzazione delle peculiarità ambientali del territorio pattizio e attività artigianali, commerciali e di servizio che risultino esplicitamente e

direttamente funzionali a questo obiettivo. E' su questa scommessa, volta a sfruttare le potenzialità turistiche inesprese del territorio pattizio, che il Patto vuole convogliare le iniziative pubbliche e private. In particolare, il Patto incentiva le iniziative e i progetti privati diretti a: sviluppare il sistema turistico migliorando la capacità di 'accoglienza' (ad esempio, ristrutturazione o realizzazione di nuovi esercizi ricettivi, di ristorazione, servizi alla persona, esercizi commerciali 'di vicinato' o multiservizi, ecc.). Sviluppare e qualificare le attività agricole di montagna

e le attività di trasformazione dei prodotti dell'agricoltura, della zootecnia e della silvicoltura (ad esempio, ristrutturazione o realizzazione di nuovi agritur, ristrutturazione a fini zootecnici delle malghe; realizzazione di impianti per lo smaltimento e/o utilizzo a fini energetici dei reflui dell'allevamento; sviluppo e avvio di attività agricole; iniziative per la gestione del patrimonio forestale; sviluppo di attività di trasformazione e confezionamento di prodotti dell'agricoltura e della zootecnia, ecc.). Miglioramento della compatibilità ambientale delle attività produttive (investimenti per l'abbattimento delle

emissioni, miglioramento dell'impiego dell'energia e delle risorse idriche) e valorizzazione ai fini produttivi le risorse primarie del territorio pattizio.

In questo momento protagonisti del patto e del suo successo diventano gli operatori economici che con il loro spirito d'iniziativa, la loro competenza ed originalità possono contribuire al rilancio ed allo sviluppo del territorio pattizio. Con l'apertura del bando infatti, i soggetti privati interessati a realizzare un progetto di investimento nell'ambito del Patto possono presentare domanda di agevolazione presso il Servizio provinciale

INFORMAZIONI

Per specifiche informazioni sulle tipologie di iniziative coerenti con il patto, sulle modalità di presentazione delle domande, sui termini di scadenza del bando, ecc.

è istituito presso il municipio di Brentonico uno

Sportello Informativo

con i seguenti recapiti:

Soggetto Responsabile:

Giorgio Dossi, tel 0464 399103

Referente:

Tiziana Setti, tel.0464 399103;

pattiterritoriali@comune.brentonico.tn.it.

competente. Maggiori dettagli sulle iniziative ammissibili ai benefici del Patto saranno pubblicati sul

sito del patto www.pattobaldo Garda.it e sul sito della Provincia Autonoma di Trento.

Campi elettromagnetici: è tutto nella norma

Concluso il monitoraggio condotto dalla Provincia Autonoma di Trento

Monitoraggio dei campi elettromagnetici
Si è concluso sul Comune di Brentonico il monitoraggio a lunga permanenza dei campi elettromagnetici in luoghi pubblici, eseguita dalla Provincia Autonoma di Trento servizio APPA, a seguito di un accordo con il Comune. Questo azione aveva lo scopo di rilevare eventuale inquinamento elettromagnetico sul territorio Comunale. La campagna di monitoraggio ha visto il posizionamento di una centralina per la durata di quattro settimane consecutive in alcuni punti di rilevamento stabiliti. In particolare il monitoraggio si è svolto a Brentonico, in tutte le in tutte le frazioni del Comune e nei centri di alta montagna.

Prevalentemente la centralina è stata collocata in zone maggiormente frequentate come scuole, parchi gioco, casa di riposo asilo nido, scuola materne e nelle vicinanze di antenne

ecc. Al termine della campagna di monitoraggio durata quasi due anni, il servizio APPA ha inviato all'Amministrazione Comunale i dati rilevati.

I valori riscontrati in tutti i siti monitorati risultano rispettare i parametri stabiliti dalla normativa vigente.



La parola alla politica

Sul tema legato allo sviluppo del turismo sull'Altipiano di Brentonico in primo piano in questo numero di "In Comune" abbiamo chiesto un commento alle forze politiche presenti in Consiglio Comunale.

PARTITO REPUBBLICANO LEALI AL TRENTINO INSIEME PER BRENTONICO AUTONOMIA E LIBERTA'

E' ampiamente assodato che è al turismo nelle sue varie accezioni che la comunità di Brentonico deve e dovrà sempre più guardare , in quanto settore strategico attraverso il quale cercare di ritrovare una crescita economica e sociale legata al suo territorio e non perennemente dipendente dal fondo valle; un fondo valle industriale sempre meno garante di crescita e occupazione. Uno scatto di orgoglio quindi , in modo particolare da parte di quei giovani scolasticamente molto preparati, ma forse non ancora convinti di investire impegno e sacrificio nel proprio territorio per modellare un futuro diverso per loro e le loro famiglie. In modo particolare è proprio nelle attività turistiche che è in atto un cambio generazionale positivo di giovani che , affiancandosi ai loro genitori, dovranno interpretare il futuro del turismo, non solo nel mantenimento delle tradizioni familiari, ma rinnovandolo e interpretandolo in modo sempre più imprenditoriale, dinamico e reattivo alle novità. Uno scatto di orgoglio però è chiesto anche alle istituzioni ed alle amministrazioni, che devono apertamente esprimersi e dichiarare le loro intenzioni, uscendo dalle nebbie di una navigazione a vista, senza prospettive, e passare dalla teoria "del dire" alla concretezza "del fare". Ormai fiumi di parole hanno riempito pagine di programmi, di studi, di analisi; sappiamo tutto di quello che bisognerebbe fare, però restiamo comunque sempre fermi alla linea di partenza; non possiamo aspettare oltre a dare lo start up. Sono in fondo semplici le azioni da intraprendere; noi le abbiamo elencate di seguito in tre macro punti che, se attivati in una programmazione politica, economica e finanziaria di medio e lungo termine, saranno in grado di animare indotti e sviluppi certamente positivi per il nostro turismo e la nostra economia. La prima azione è strategica: convincersi cioè che è solo da azioni sinergiche, territoriali e non solo locali che si possono concretizzare programmi di crescita; per questo andrà idealizzato un comprensorio turistico la cui area di influenza sia racchiusa in tre vertici che si identificano nei comuni di Brentonico, Avio, Malcesine, muovendosi quindi in un concetto di intercomunalità provinciale ed extraprovinciale

, dei quali due facilmente collegabili al sistema autostradale (Avio-Rovereto) ed un terzo identificabile nella funivia di Malcesine. Da qui una viabilità alternativa imperniata sullo snodo Lago Prà della Stua, puntando a un sistema di trasporto collettivo con due rami di cabinovia, uno verso Prà Alpentina Zochi Alti, ed un altro verso passo San Valentino, completando il sistema con il collegamento corto San Valentino- Polsa (sempre più importante!!!). Questi collegamenti supportati da bus navetta, oltre ad eliminare una quantità notevole di traffico automobilistico sul Baldo, offrirebbero una proposta turistica veramente innovativa, originale, rispettosa dell'ambiente e capace di attrarre ogni tipo di turismo. Seconda azione (più semplice): è il completamento del progetto del Centro Sportivo di Santa Caterina, imprescindibile proposta per identificare un preciso target turistico per il nostro Altipiano; il progetto generale c'è già, e molto accattivante; andrebbe solo aggiornato con uno studio di fattibilità sotto l'aspetto economico-finanziario , e sulla base di questo sondare il mercato in una proposta di projet financing offrendo o una partecipazione societaria o in concessione a gruppi di privati che dovrebbero realizzare il completamento del progetto e cioè il comparti ricettivo : hotels, foresterie, wellnes, ludico, terme di fieno (modello Garniga). Terza azione: c'è già tutto, basta valorizzare opportunamente il territorio e il suo ambiente, non ingessandolo, ma traendone opportunità ecologicamente rispettose ma nel contempo capaci di produrre economia ed occupazione; un esempio: dare in concessione aree di proprietà comunale a gruppi privati per la coltivazione e la lavorazione di erbe officinali e medicinali, con impegno di questi ad avviare e sviluppare localmente le varie attività di raccolta e trasformazione dei prodotti contrassegnati dal marchio "Monte Baldo". Naturalmente a queste tre azioni va affiancato quanto già oggi il nostro territorio offre in campo turistico (ambiente, agricoltura, zootecnia, malghe, troscicoltura, viticoltura, piccoli frutti); tutte attività che già costituiscono una realtà operante da proporre in campo turistico, ma che comunque , se affiancate da azioni coraggiose e lungimiranti quali quelle sopra proposte, non potranno che costituire il vero progetto di riallocazione e crescita della proposta turistica Baldo Gardesana , di cui il Patto Territoriale doveva essere la molla che dava la spinta, ma che a tutt'oggi è ferma al palo.

**Sigfrido Calissoni
Cristina Tardivo
Emilio Veronesi
Dino Canali**

Da molti anni si discute a Brentonico di 'sviluppo turistico' come opportunità per far crescere la nostra Comunità. La discussione si è quasi sempre arenata su alcune 'opere' controverse, sulle quali non si è mai arrivati ad una visione comune, quali:

1. il Parco Naturale del Monte Baldo: opportunità o 'paralisi del territorio'?
2. la strada di collegamento Palsa S.Valentino: arteria fondamentale per l'alta montagna o cattedrale nel deserto, grave quanto inutile sfregio all'ambiente?
3. il futuro delle stazioni sciistiche: investimento necessario per l'altopiano o soldi buttati?

E si potrebbe continuare con la questione del collegamento funiviario con i Zoch-Alti, la costruzione di un centro acquatico/ piscina ecc.

In questi anni, l'Amministrazione Comunale, con il progetto territoriale "Brentonico Domani: linee generali per una crescita equilibrata dell'Altopiano di Brentonico" ha intrapreso un percorso di concertazione e condivisione che mira al superamento delle contrapposizioni e delle chiusure per dare una chiara direzione allo sviluppo turistico Brentegano. Progetto chiave del documento è il Parco Naturale del Monte Baldo, che "è una soluzione in grado di dare una precisa caratterizzazione a tutto l'altopiano, un 'marchio' che rappresenta un elevato valore aggiunto per il territorio Baldense e le sue attività; un marchio in grado di conferire a tutto il Baldo un'ampia visibilità nazionale e internazionale, offrendo opportunità di occupazione qualificata per i residenti." La Margherita, dopo aver contribuito a inserire fra gli obiettivi del Parco quello di sostenere e promuovere le attività tradizionali del territorio (agricoltura, zootecnia, raccolta del legname, dei funghi e dei frutti di bosco, caccia e pesca, ecc.), ha espressamente dato parere favorevole a questo progetto e sollecitato la sua realizzazione: se crediamo che il Turismo rappresenti un'opportunità per il nostro territorio, non possiamo restar fermi su questo grande progetto. Abbiamo anche espresso parere favorevole sulla strada di collegamento Palsa-S. Valentino, che assicurerebbe un collegamento veloce fra le due località creando così un'unica stazione turistica, purché si adotti un progetto che minimizzi l'impatto ambientale. Sulla questione degli impianti invernali, riteniamo che il nostro altopiano non possa, nel breve-medio termine, fare a meno del turismo invernale, che rappresenta circa il 50% del turismo annuale, pena l'insostenibilità degli esercizi alberghieri. Per questo, pur tenendo presente i mutamenti climatici in corso, siamo impegnati a garantire una soluzione di rilancio che preveda l'impegno congiunto pubblico e privato, che unifichi le due stazioni sciistiche e assicuri i necessari investimenti per sostituire e ammodernare gli impianti di risalita e innevamento obsoleti. Tuttavia questi sforzi saranno inutili se, parallelamente, non si riusciranno a metter in campo investimenti privati per la realizzazione di nuove strutture alberghiere di qualità, che sono quelle che maggiormente contribuiscono alla sostenibilità degli impianti. In conclusione, per rivitalizzare il turismo a Brentonico è necessario un grande sforzo pubblico-privato per realizzare alcuni grandi progetti che aumentino l'attrattività delle nostre località, razionalizzino la viabilità, assicurino i posti letto necessari e facciano sì che un turismo 'sostenibile e compatibile' con le nostre risorse naturali torni ad essere motore dell'economia dell'Altopiano.

"Turista è colui che si mette in viaggio volontariamente e per un periodo di tempo limitato, mosso da un'aspettativa di piacere derivante da condizioni di novità e di cambiamento sperimentate in un itinerario di andata e ritorno relativamente lungo e non ricorrente" (E. Choen). La montagna (anche la nostra!) può essere meta del turista, e lo sarà fintanto che potrà conservare una propria peculiare identità: lo sviluppo turistico di un territorio ne favorisce lo sviluppo economico e la crescita economica deve essere investita a favore dello stesso territorio per una sua riqualificazione. Un po' come dire che il turismo, alla fine, deve contribuire alla salvaguardia delle risorse naturali e delle biodiversità. Lo sviluppo prodotto in modo sostenibile mira a favorire le popolazioni e gli ambiti naturali locali, portando ad un effettivo miglioramento delle condizioni di vita; viceversa una ricchezza prodotta senza vincoli di "sostenibilità" è generata da speculazioni, il cui unico scopo è quello di far fruttare investimenti indipendentemente dal beneficio per il contesto socio-culturale-ambientale ospitante. E "sostenibilità" implica anche un processo volontario, frutto di una scelta deliberata e di una partecipazione attiva sia individuale che collettiva, sia politica che sociale: in pratica l'impegno per la sostenibilità richiede una crescita culturale e un coinvolgimento attivo e diretto delle comunità locali. Pertanto un turismo "sostenibile" deve integrarsi con lo sviluppo economico locale e contribuire positivamente allo stesso, mirando non solo a NON danneggiare l'ambiente naturale, ma anche a promuovere il rispetto culturale del territorio stesso. E poiché il turismo incide in modo marcato sulla vita degli abitanti, esso deve basarsi sul consenso: i cittadini devono essere partecipi delle operazioni decisionali perché la consapevolezza della personale responsabilità e possibilità di autodeterminazione è il fondamento di ogni scelta "sostenibile". L'autorità locale deve dialogare con i cittadini, con le organizzazioni locali, con le imprese private ed adottare un processo di partnership attraverso il quale gli Enti Locali (Comuni, Province, Regioni) operino in collaborazione con tutti i settori della comunità locale, per definire piani di azione condivisi e partecipati. Attraverso la consultazione e la costruzione del consenso le autorità locali dovrebbero apprendere ed acquisire dalla comunità locale le informazioni necessarie per formulare le migliori strategie. Se fino ad oggi si guardava più alla quantità dei servizi che alla qualità degli stessi, fortunatamente le cose stanno cambiando: il turista in vacanza è alla ricerca di un innalzamento della qualità della propria vita, legata non più ai comforts offerti, bensì alla natura, all'ambiente e al relax, una sorta di ritorno alle origini per assaporare il gusto delle cose genuine, dell'aria pulita e della vita sana. "Viaggiare è cambiare, istruirsi, formarsi; è guardare il mondo con altri occhi, sotto altri aspetti, in rapporto ad altre persone; è perciò vivere la routine e controllare i propri giudizi, acquisire quel senso della relatività di cui l'ambiente e l'amor proprio ci privano. Orizzonti nuovi ci parlano soltanto di liberazione, ci propongono legami più ampi, più disinteressati, meno esigenti in materie di analogie e di utilità volgare, più vicini dunque alla pura umanità. Essi possono ancora, se siamo riflessivi, inculcarci una filosofia dell'essere che i soli libri non possono insegnare" (A.D. Sertillanges)

Daniele Dossi

Il turismo rappresenta una risorsa centrale nello sviluppo del Trentino. La «farfalla» del Trentino, nel corso degli anni, ha saputo percorrere un virtuoso cammino allargando le opportunità di «fare» turismo, che, da «affare» per pochi e per poche località, è diventato risorsa che concorre a promuovere un positivo sviluppo dei nostri territori assieme all'agricoltura, all'artigianato, alle attività commerciali. Agli assi principali di attrattività (Dolomiti, laghi, ambiente-montagna) si somma un insieme di valori complementari: dalla produzione enogastronomica alla pratica delle attività sportive, all'offerta identitaria-culturale. Insomma, si è seminato con buon profitto, ma sarebbe imperdonabile cullarsi sui risultati ottenuti, così come ignorare o sottovalutare i limiti che pure ci sono. Il turista è sempre più maturo, più propenso alla mobilità, sa coniugare qualità e prezzo, privilegia periodi di soggiorno brevi e, prima di andare in un luogo, cerca di capire «per fare cosa». Insomma, non si può improvvisare una politica per il turismo, ma occorre capacità d'analisi, di strategia e d'operatività. Grazie all'autonomia, la Provincia di Trento ha un vantaggio rispetto ad altre realtà regionali: non deve attendere le decisioni altrui, ma può anticipare percorsi di riforma lungimiranti ed innovativi. Tre punti su cui è importante lavorare: l'indispensabile rapporto pubblico-privato: un'alleanza, nello spirito di una vera partnership fra ente pubblico e sistema delle imprese turistiche; la qualità che sarà sempre di più il crinale sul quale si giocherà la nostra competitività. Imprese e località turistiche mirano a quest'obiettivo, ma perché sia conseguito c'è bisogno di una pubblica amministrazione efficiente e non burocratizzata e di una ridefinizione delle leggi d'incentivazione economica. Il turismo ha bisogno di crescere in professionalità. È in questo contesto che trova spazio la prospettiva di sviluppo turistico che interessa Brentonico ed il suo altipiano. Brentonico deve, innanzi tutto, valorizzare di più e meglio la sua posizione geografica. Trovandosi a ridosso dell'uscita di un asse autostradale che ci avvicina ai mercati turistici del nord Europa ed alle Regioni del nord Italia e, insieme, ideale raccordo con aree confinanti come il Garda trentino, Rovereto con il Mart e la destra Adige sempre più caratterizzata da un'interessante proposta enogastronomica, il nostro è un territorio che può vivere di luce diretta e di riflessi indotti se sarà capace di mettersi in «rete», di fare «sistema». Per cogliere le opportunità offerte da questa collocazione, c'è, però, bisogno di crescere e rafforzarsi al nostro interno. A ciò potranno contribuire alcuni obiettivi il cui conseguimento richiede quel rapporto virtuoso fra ente pubblico (Comune e Provincia) e soggetti privati, che indico a conclusione: il progetto di raccordo dell'altipiano con il lago di Garda, ed in modo particolare con l'arrivo della funivia di Malcesine, così da sfruttare appieno - in versione invernale ed estiva - l'interessante flusso turistico generato da un binomio affascinante come quello lago-montagna; il collegamento Palsa - S.Valentino per raccordare o meglio «unire» le due località turistiche; la presenza oltre i confini dell'Apt: non è in discussione la nostra appartenenza all'Apt di Rovereto-Vallagarina-Altipiano di Brentonico, ma, nella costruzione della nostra offerta turistica, per noi è importante, per i motivi che ho ricordato, aprire un «tavolo» di lavoro anche con Ingarda ovvero con l'ente promozionale dell'Alto Garda trentino.

Lucchi Giuliano

Ogni anno entrano in Italia circa 35 milioni di turisti stranieri sempre più attenti al binomio ambiente e paesaggio. Il turismo montano, ormai maturo, deve saper attirare questi potenziali visitatori; per far questo è importante che la montagna rimanga se stessa e mantenga il suo fascino primitivo. Se la montagna diventa un pezzo di città spostato più in alto, non ha più attrattiva, non ha più senso neanche il turismo «alpino». Il turismo - natura, quale tipologia in continua e costante crescita, può rappresentare lo strumento in grado sia di trainare il fenomeno turistico generale per farlo assurgere a motore dello sviluppo economico.

Assume dunque sempre più importanza il concetto di ambiente nel senso più ampio della parola il cui rispetto porta solo benefici economici per il paese o la località ospitante. Esso è la base del turismo, sia che si tratti di turismo passivo come la contemplazione di paesaggi, il relax od altro, sia che si tratti di turismo attivo come escursioni, sport od altro. Ambiente è anche l'immagine della località con il suo bene culturale fruibile, è la risorsa naturale che motiva il flusso dei visitatori, è l'esistenza e l'efficienza dei servizi, l'organizzazione intesa come previsione e prevenzione, è la qualità dell'apparato ricettivo.

Turismo è conservazione di quella identità che si manifesta offrendo al visitatore la propria caratteristica di vita quotidiana con la gastronomia e l'ospitalità come motivo di scelta e di preferenza rispetto ad altre località.

Il momento attuale, che rappresenta il passaggio da un'era prettamente industriale, caratterizzata dalla «quantità produttiva di oggetti», ad un periodo in cui torna ad essere sentito il valore della qualità della vita, il significato di «contesti non monetizzabili» e l'indispensabilità di quel bene primario divenuto «bene raro» che è la natura, si va evidenziando sempre più l'importanza di un turismo - natura. Un turismo capace di soddisfare i bisogni e le esigenze di una domanda sempre più attenta ed anche opportunitaria per conseguire un equilibrato sviluppo economico e territoriale.

L'Italia ed il Trentino sono dotati di un sistema di Parchi, di aree protette, di oasi e di riserve di rilevante attrattiva turistica, che interessa oltre il 10% del territorio nazionale e, stime recenti, calcolano in oltre 10 milioni annui i visitatori dei Parchi nazionali, regionali o aree protette.

Si tratta di cambiamenti che Jeremy Rifkin, famoso economista americano, così sintetizza: *“Se negli anni passati il dibattito sul turismo sostenibile ha sempre sostenuto l'incompatibilità tra profitto delle imprese e sostenibilità dell'ambiente, ora siamo giunti a una svolta: la nostra epoca sta passando dal concetto di mercato al concetto di rete, dove la merce scambiata non è più la proprietà di un oggetto, ma l'accesso e il tempo di fruizione dello stesso. Al centro di questa rivoluzione c'è il turismo, ponte tra cultura e commercio: spetta alle imprese turistiche, che non vendono materie prime ma l'accesso a esperienze e culture diverse, impegnarsi di concerto con le amministrazioni locali per una sostenibilità sia turistica sia ecologica in senso stretto del mondo e delle sue biodiversità”*.



La salute al primo posto

Un centro per i Servizi Sanitari in un unico edificio e una nuova RSA

Prossimamente sarà realizzato a Brentonico un Centro per i Servizi Sanitari dove è previsto l'accorpamento in un unico edificio sia degli ambulatori distrettuali (ufficiale sanitario, centro prelievi, vaccinazioni e assistenza infermieristica, servizio ostetrico e pediatrico, ecc.) attualmente ospitati in via temporanea presso la Casa di Riposo, sia degli ambulatori dei medici di base gestiti in rete o in forma associata. Questa modalità associativa, incentivata dall'Azienda Sanitaria Provinciale, e già adottata in alcuni comuni del Trentino offrirà notevoli vantaggi a tutti i cittadini: un presidio medico con maggior copertura oraria nell'arco della giornata, la possibilità di recarsi in un unico luogo per fruire della prestazione mediche, l'opportunità di potersi rivolgere, se necessario, ad uno dei medici associati anche nei periodi di assenza del proprio medico, l'opportunità di trovare una segretaria per le ricette ricorrenti e per esplicitare le pratiche sanitarie in modo da permettere al medico di dedicare maggior tempo e attenzione alle attività diagnostiche e terapeutiche. Questa organizzazione del lavoro in rete potrà favorire

anche un collegamento più funzionale tra medici e operatori sanitari del distretto. Gli spazi ambulatoriali saranno concessi ai medici di base sotto la forma di locazione. I dottori hanno espresso il loro interesse per questa opera e per questa nuova modalità e organizzazione del servizio.

Con questo nuovo intervento l'Amministrazione Comunale intende migliorare i servizi alla persona nell'ambito della salute e offrire una maggior sinergia tra i diversi servizi sanitari presenti.

Il progetto è stato presentato dall'Amministrazione Comunale, alla presenza dell'Assessore alla Sanità e dall'Assessore provinciale Remo Andreolli a tutta la cittadinanza di fronte ad un folto pubblico nella serata del 12 febbraio 2008. L'Assessore provinciale ha sostenuto fin da subito con convinzione l'ipotesi dell'Amministrazione comunale di realizzare un Centro per i Servizi Sanitari a Brentonico, inserendo tale proposta nel Piano degli Investimenti per l'edilizia Sanitaria per la XIII legislatura. A tal fine la Giunta Comunale ha deliberato la concessione

dell'immobile in questione in comodato gratuito per 30 anni all'Azienda Provinciale per i Servizi Sanitari di Trento.

Questa opera andrà ad interessare l'edificio di proprietà comunale da anni dismesso, nelle vicinanze della ex Casa di Riposo di via Ospedale. L'intervento prevede lo spostamento dell'attuale cabina di trasformazione elettrica SET/ Trentino Servizi, la demolizione del vecchio edificio con sua ricostruzione su due piani: uno per gli ambulatori della medicina di base e l'altro per gli ambulatori di medicina generale. Il progetto prevede anche la costruzione di un parcheggio interrato per gli operatori. La spesa prevista per la realizzazione dell'opera è di circa 1 milione di euro e sarà interamente finanziata dalla PAT attraverso l'Azienda per i Servizi Sanitari, la quale si farà anche carico della realizzazione



dei lavori, come recentemente comunicato dall'Assessore Remo Andreolli che ha annunciato anche un'altra importante novità. E' infatti attivo un nuovo servizio più vicino ai bisogni del cittadino. L'RSA (residenza sanitaria assistenziale) di Brentonico è la prima di queste strutture che si apre ai pazienti esterni per le attività di riabilitazione e fisioterapia. Questa attività è stata fortemente voluta dall'Assessorato alle politiche per la salute, che ha già individuato, con una deliberazione dell'aprile scorso, le prime 18 case di riposo in cui offrire questo servizio. L'APSS, da parte sua, ha sostenuto e promosso tutte le attività di supporto utili per consentire l'avvio di questa nuova modalità di erogazione di prestazioni. Alle prime RSA se ne sono già aggiunte molte altre: questo permetterà a breve di avere una capillare rete di servizi fisioterapici e riabilitativi vicini ai domicili di tutti i pazienti, anche se questo tipo di servizio sarà utilizzato prevalentemente dalla

popolazione anziana. Le RSA, in questo caso quella di Brentonico, che qui svolge il ruolo di "apripista", gestiscono in completa autonomia l'attività, decidendone orari e giorni dedicati all'erogazione delle prestazioni. Questo permette alle strutture di avere la modalità organizzativa che più è ritenuta opportuna per la tipologia di pazienti che si trovano ad assistere. Invece, rimane in capo all'APSS la gestione della prescrizione delle cure riabilitative, dopo la consueta visita con lo specialista fisiatra, prenotabile attraverso il CUP aziendale: 848 816 816). I cicli successivi al primo sono prescrivibili dal medico di medicina generale. Nel corso della conferenza stampa di presentazione della nuova attività, è intervenuto per primo Moreno Broggi, commissario straordinario dell'Azienda pubblica di servizi alla persona (APSP) Brentonico. Broggi ha ricordato che "appena ce n'è stata la possibilità normativa, noi abbiamo aderito prontamente. il Comune di Brentonico. E poi è stata cruciale la disponibilità di tutto lo staff della struttura. Importante sarà per il futuro continuare a mantenere alti gli standard dei servizi offerti". È seguito l'intervento del sindaco Giorgio Dossi, il quale ha ricordato che "quanto sia cruciale oggi avere una disponibilità di servizi che siano vicini alla popolazione e presenti sul territorio. Per questo un ringraziamento speciale va all'assessore alle politiche per la salute Remo Andreolli, che ha sempre mostrato una particolare sensibilità per le realtà del territorio provinciale". L'incontro con gli operatori è stato chiuso dall'assessore alle politiche per la salute Remo Andreolli, il quale ha ricordato che "le RSA sono inserite nel territorio e nel tessuto sociale in modo attivo fornendo servizi alle comunità che vi abitano. Questo passaggio, quindi, fa sì che le RSA si pongano in un'ottica di sistema con le altre strutture sanitarie. Così come pianificato dalla Giunta provinciale. Infatti – ha proseguito Andreolli – immaginiamo per il futuro che le RSA possano offrire molti altri servizi: punti per i prelievi del sangue, assistenza e riabilitazione cardiologia, assistenza ai pazienti oncologici, ecc.". L'assessore ha chiuso ricordando che "questo enorme bisogno di assistenza su tutto il territorio provinciale ci ha portati a lavorare per l'apertura di altre strutture, cioè quelle già note come 'Case della salute'. Il ringraziamento più sentito, però va a tutto il personale dell'RSA, sempre impegnato e motivato, e senza la cui collaborazione tutto ciò non sarebbe stato possibile".