

Documento illustrativo-progettuale

“Smart Orobie”

La montagna a un passo da Bergamo

Contesto e obiettivi generali

Il progetto Smart Orobie mira a rilanciare il territorio delle Orobie bergamasche quale **destinazione turistica green e smart**. Esso infatti prende le mosse dalla sempre più crescente necessità non solo di **investire in nuovi modi ed esperienze di fruizione** del territorio a fronte dei cambiamenti climatici in atto e delle nuove **esigenze emerse da parte dei turisti nell'era post Covid-19**, ma anche e soprattutto dall'urgenza di **superare l'attuale condizione di parcellizzazione dell'offerta turistica** attualmente presente sul territorio (causa principale del motivo per il quale questo territorio gode di un turismo prevalentemente domestico e di prossimità che di conseguenza genera un limitato impatto economico per lo stesso), per favorire lo sviluppo di una destinazione turistica in grado di promuovere l'intera area orobica bergamasca e di mettere a sistema le numerose iniziative sostenute a livello locale con un approccio digital first.

Il progetto Smart Orobie intende quindi promuovere l'intero territorio delle Orobie bergamasche nel suo complesso facendo leva su diverse progettualità già in essere ma disconnesse le une dalle altre. Tali progettualità, attraverso la presente proposta, verranno messe a sistema, implementate ed innovate attraverso un progetto di destinazione complessivo ed incardinato sulla promozione di processi di **integrazione all'interno della filiera turistica**, attraverso la costituzione di **forme di aggregazione** tra imprese e la **collaborazione tra enti pubblici e privati**. In una seconda fase, una volta costituita la destinazione Smart Orobie, verranno inglobate tutte le diverse micro iniziative e progettualità presenti a livello locale, le quali costituiranno una fonte di continuo arricchimento per la destinazione e contribuiranno alla sua crescita e promozione a livello nazionale e d internazionale.

La destinazione “Smart Orobie” verrà sviluppata e promossa puntando sui seguenti concetti chiave quali veri e propri *driver* di sviluppo della stessa:

- **Digital**: una destinazione smart capace di attrarre nuovi target turistici nazionali ed internazionali come i nomadi digitali e le tendenze ad essi connesse (smart working/workation/bleisure/holiday working), di valorizzare il potenziale del “neverending tourism” (godere dell'esperienza di viaggio anche tornati a casa) e completamente interoperabile con il TDH;
- **Green e sostenibilità**: una destinazione attrattiva per il turista che viaggia per disconnettersi, ricaricarsi, ritrovarsi valorizzando e promuovendo il concetto di “BenEssere” ovvero turismo esperienziale ma non solo, anche trasformativo (il viaggio come esperienza di crescita, cambio di stile vita, ricerca di sé), così come per il turista responsabile, attento alla sostenibilità ambientale;
- **Enogastronomia**: una destinazione autentica e genuina attrattiva per il turista enogastronomico anche grazie alle persone vi abitano, custodi di saperi tramandati da generazione in generazione e impegnati quotidianamente nella ricerca della qualità dei loro prodotti, rigorosamente Km0.

Le principali azioni progettuali prevedono la riqualificazione di immobili esistenti ma non utilizzati per ospitare il target dei nomadi digitali, una rete di strutture km0, la valorizzazione di itinerari green e percorsi di accompagnamento per operatori turistici e per la comunità locale.

In che modo il progetto risponde agli obiettivi generali del bando?

| Obiettivi del bando | Risposta del progetto Smart Orobie |
|---|--|
| <p>Sostenere le <u>attività imprenditoriali in rete</u> per la valorizzazione turistica del patrimonio montano e per il <u>potenziamento delle infrastrutture esistenti</u> per la fruizione sostenibile, anche alla luce dei cambiamenti climatici in atto</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Creare una <u>rete di soggetti</u> interessati a <u>riqualificare immobili di proprietà</u> attualmente non utilizzati, al fine di mettere a sistema diversi spazi di cui possano usufruire turisti e locali, in particolare i <u>nomadi digitali</u> e gli <u>smart trekkers</u> attraverso la definizione di un <u>disciplinare</u> specifico (spazi polifunzionali, spazi dedicati allo smart working, videoconferenze, sale riunioni etc); 2. Creare <u>itinerari ed esperienze uniche in chiave green</u>, nuove proposte turistiche di esperienza vera, unica e irripetibile attraverso la <u>formazione e il coinvolgimento degli operatori</u> e delle micro e PMI del territorio facendo leva su due macro progettualità a livello provinciale già in fase di realizzazione ovvero Orobikeando (www.orobikeando.it, dedicato alla promozione delle orobie bergamasche e delle annesse eccellenze agroalimentari attraverso la <u>mobilità ciclabile</u>) e Terre Alte Experience (creazione di un <u>itinerario esperienziale e di mobilità sostenibile</u> tra Bergamo e Brescia che leghi i due territori passando per le Terre Alte e che permetta di scoprire alcuni <u>tesori nascosti</u>), i quali faranno da traino per lo sviluppo e/o il coinvolgimento di ulteriori progettualità a livello locale già attive o in programma; 3. Creare una <u>rete di strutture</u> che offrano servizi legati alla cucina orobica ovvero piatti tradizionali o rivisitazioni innovative degli stessi con ingredienti km0 ed un <u>sistema di Delivery km0</u> attraverso la definizione di un <u>disciplinare</u> specifico e l'ampliamento dell'esistente app BGEat e Ristora Bergamo; 4. Creare di <u>nuovi pacchetti turistici</u> basati sui nuovi trend utilizzando i nuovi itinerari ed esperienze sviluppati dal progetto e mettendo a sistema quante già presenti facendo leva su una <u>nuova generazione di imprenditori innovativi</u> già presenti sul territorio seppur in modo parcellizzato |

| | |
|---|--|
| | <p>(glamping, raccolta della frutta, raccolta dello zafferano, colazione in malga...). Ciò sarà reso possibile attraverso la formazione ed il coinvolgimento degli operatori e delle PMI del territorio così come degli operatori turistici</p> |
| <p>Sostenere la <u>crescita sostenibile del turismo</u> in montagna, sostenere e presidiare <u>l'economia montana</u> di intere vallate, garantire il <u>presidio idro-geologico</u> dei territori ed evitare lo <u>spopolamento</u> dei piccoli centri</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Sviluppare una destinazione turistica attualmente inesistente a causa della parcellizzazione dell'offerta</u> presente e di fenomeni di campanilismo locale facendo leva sulla dimensione della <u>sostenibilità ambientale</u> declinata attorno a tutti gli aspetti che compongono la destinazione (mobilità lenta, potenziamento TPL, valorizzazione produzioni tipiche di qualità e promozione della filiera corta) ed attraverso il <u>l'accompagnamento degli operatori locali</u> nella creazione di un'offerta di servizi ed esperienze, iniziative e attività per rinnovare l'offerta turistico-culturale e favorire una più ampia partecipazione delle comunità locali con particolare attenzione ai giovani anche tramite il rilancio di eventi e manifestazioni inedite già esistenti ma da rinnovare nella veste, collegate al patrimonio culturale immateriale locale. (Per quanto concerne il dissesto idrogeologico si sottolinea che il progetto Orobikeando prevede il coinvolgimento delle aziende agricole quali attori in grado di garantire la manutenzione dei sentieri e degli itinerari. Inoltre è stato realizzato uno studio relativamente ai servizi ecosistemici valorizzati attraverso l'implementazione del progetto); 2. Contrastare lo spopolamento e la mancanza di servizi attraverso il <u>coinvolgimento della comunità quale prima promoter di destinazione e delle botteghe di montagna (progetto Una montagna di Botteghe)</u>, le quali diventeranno infopoint diffusi sul <u>territorio</u> (non si limitano a vendere prodotti ma inizieranno ad accogliere i visitatori come si accoglie un amico che viene a trovarli: raccontandogli come vivere il luogo al pari di un residente permanente, suggerendo luoghi e scorci particolari, esperienze uniche da vivere con gli artigiani, indicandogli dove andare ad imparare a fare la pasta, un sugo o un dolce) ed attraverso la creazione di una rete di strutture dedicate ai nomadi digitali (concetto di <u>co-living e condivisione di esperienze personali e</u> |

| | |
|--|--|
| | <u>professionali</u>). Creazione di una rete di strutture ristorative offerenti piatti tradizionali e km0 |
|--|--|

Quali gruppi target saranno supportati/assistiti dal progetto?

Gruppi target del progetto:

Micro, piccole e medie imprese del comparto turistico (agriturismi, alberghi, b&b, botteghe): esse saranno coinvolte sin dalle primissime fasi del progetto e saranno gli attori chiave per quanto riguarda la maggior parte delle azioni prefissate, in quanto:

- Le imprese saranno interpellate e supportate perché possano mettere a disposizione degli spazi attualmente non o scarsamente utilizzati da innovare e/o riqualificare, i quali diventeranno degli spazi polifunzionali attrezzati per accogliere i nomadi digitali secondo un disciplinare specifico;
- Le aziende ristorative (ristoranti, agriturismi, osterie...) saranno interpellate e supportate perché possano introdurre, nella propria offerta, piatti tradizionali (o rivisitazioni in chiave moderna e innovativa degli stessi) con ingredienti km0 secondo un disciplinare specifico il quale prevede, tra le altre cose, il piatto “Smart Orobie” e il menù in lingua inglese. Inoltre, verrà creato un sistema di Delivery km0 attraverso l’ampliamento della già esistente app BGEat e Ristora Bergamo;
- Le botteghe saranno interpellate e supportate perché possano diversificare la propria offerta diventando infopoint diffusi sul territorio e fornire in tal modo un servizio informativo e di assistenza al visitatore;
- Le imprese del territorio (operatori turistici) saranno invitate ad intraprendere un percorso di formazione e accompagnamento attraverso laboratori didattico-esperienziali di Experience Design finalizzati allo sviluppo di esperienze di valore condivise, favorendo la messa in rete delle realtà imprenditoriali partecipanti

Consorzi turistici: essi svolgeranno una doppia funzione ovvero da un lato attueranno alcune azioni di progetto in qualità di partner dello stesso (si veda paragrafo “Partenariato e suddivisione dei ruoli”); dall’altro sono considerati target progettuali in quanto ciascun infopoint sarà oggetto di ammodernamento attraverso l’introduzione di dispositivi digitali quali social wall e virtual reality; ciò al fine di andare incontro alle crescenti esigenze dei turisti, in particolare i millenials e la generazione Z.

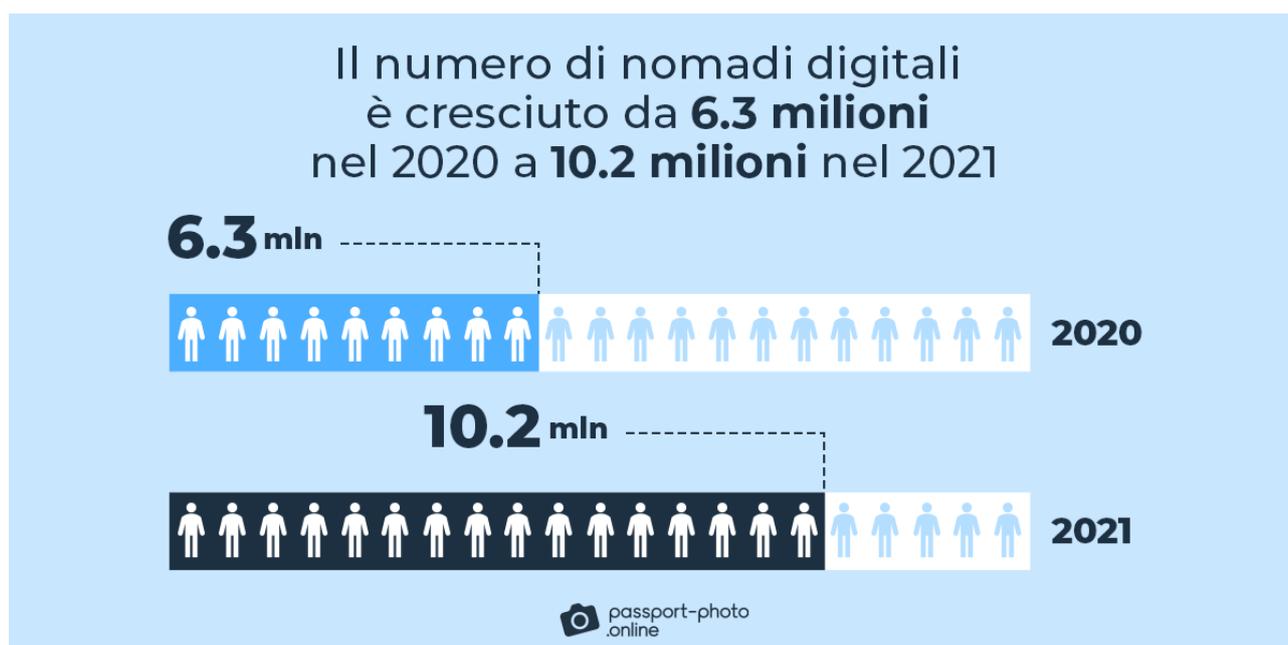
Cittadini: essi saranno coinvolti attivamente in due fasi del progetto ovvero:

- Vi sarà una *call to action* mirata, per identificare soggetti privati proprietari di immobili attualmente non utilizzati (in toto o in parte) o dismessi e disponibili a riqualificarli per renderli fruibili ai nomadi digitali;
- Saranno i destinatari di un percorso formativo e di sensibilizzazione volto a fare in modo che la destinazione Smart Orobie sia il più possibile *human-centered*, analizzando in primis il sentiment dei residenti verso il visitatore. Le adesioni a tale percorso verranno assicurate grazie anche al **supporto di associazioni giovanili ed enti del terzo settore** presenti e già attive sul territorio. Essi inoltre potranno farsi promotori di esperienze turistiche (esperienze autentiche proposte dai locali, le quali saranno promosse e acquistabili dal sito), per dare l’opportunità al turista di vivere il territorio “like a local” (sharing economy).

Enti pubblici: essi saranno possibili attori target per accordi pubblici-privati quanto riguarda la messa a disposizione di immobili o l'adeguamento e/o riqualificazione di alcuni tratti di percorsi ciclabili per rendere la destinazione Smart Orobie completamente raggiungibile attraverso la mobilità ciclabile attraverso la posa di una cartellonistica comune con QR code e l'installazione di servizi laddove mancanti (colonnine ricarica, defibrillatori).

Gruppi target a cui si intende mirare per lo sviluppo e la promozione della destinazione Smart Orobie in base alla motivazione di viaggio:

Nomade digitale: un trend emergente a cui una destinazione deve saper rispondere per essere competitiva sul mercato, come dimostra il recentissimo programma *Live and Work Anywhere* di Airbnb¹, il quale ha lanciato una «joint venture» per cooperare con le destinazioni che vogliono trasformarsi in **mete per lo smart working**. Si tratta di un programma di collaborazione per i territori, gli enti locali e le aziende di promozione turistica per trasformare le destinazioni in «hub» per nomadi digitali; un modo per **rivitalizzare le comunità locali anche al di fuori delle destinazioni turistiche tradizionali e dell'alta stagione**. Il nuovo trend del lavoro da remoto è quindi un'opportunità per il settore turistico, come i dati della stessa Airbnb sui soggiorni a lungo termine suggeriscono: l'azienda ha registrato negli ultimi due anni una crescita del 15% circa nella durata media delle prenotazioni, con i soggiorni superiori a 7 giorni ora a rappresentare circa la metà delle notti prenotate. In particolare, i soggiorni di 28 o più notti restano la categoria a maggior crescita e hanno rappresentato il 22% delle notti nell'ultimo trimestre del 2021, in crescita del 16% rispetto all'ultimo trimestre del 2019. Questo gruppo target è inoltre rappresentato da due tipologie distinte di soggetti: il nomade digitale individuale, che in autonomia decide di raggiungere una determinata destinazione per gestire la propria work-life balance con assoluta indipendenza, e il nomade digitale che partecipa a workshop aziendali B2B. In questo caso si parla di un gruppo di lavoratori di un'azienda che raggiungono una destinazione per il co-working/attività di team building al fine di svolgere attività aziendali in un ambiente esterno.



¹ <https://www.airbnb.it/d/liveandworkanywhere>

Fonte: <https://passport-photo.online/it-it/blog/nomadi-digitali-statistiche-e-tendenze/>



Fonte: <https://passport-photo.online/it-it/blog/nomadi-digitali-statistiche-e-tendenze/>

Turista attivo: in quanto è la nuova frontiera per scoprire il prodotto turistico Italia, come raccomanda la Federazione Turismo Organizzato (FTO), che è parte del sistema Confturismo, con il talk dedicato a "Il valore aggiunto del turismo attivo: un'opportunità da sfruttare per le agenzie di viaggio" tenutosi nel contesto di Ttg Travel Experience 2021 di Italian Exhibition Group nel quartiere fieristico di Rimini. Le ricadute turistiche di questo trend sono infatti evidenti: dal *Flash Eurobarometer, Preferences of Europeans towards tourism*² emerge quanto incide l'attività fisica nelle scelte di viaggio. A livello UE la pratica sportiva costituisce una motivazione di turismo per il 12% dei rispondenti, al quale andrebbe forse aggiunto un 13% di coloro che sono spinti da motivazioni legate al wellness e un altro 9% di coloro che viaggiano per partecipare a eventi sportivi o festival. Complessivamente, dunque, una quota attorno al 30%, assimilabile a quanti si spostano per motivi culturali, per esempio. Gli **investimenti fatti su cicloturismo, trekking e cammini** offrono inoltre l'opportunità agli operatori di presentare il territorio in modo ricco.

Turista naturalistico: scelto da molti perché consente di staccare dalla routine quotidiana e allontanarsi dal caos cittadino, come dimostra l'analisi di ISNART³ nel 2019 il turismo naturalistico ha rappresentato la principale motivazione di viaggio dei turisti in Italia (32,1%) ed è, ad oggi, una delle tipologie di turismo più importanti. Un turismo all'aria aperta, in luoghi dove poter stare a stretto contatto con la natura vede, oggi, crescere i numeri di viaggiatori che hanno sviluppato una maggiore **sensibilità green ed eco-friendly**. Attratti dalle nostre meraviglie naturalistiche, dalle Dolomiti, Patrimonio dell'Umanità ai chilometri di litorale che si dipana da Nord a Sud, i viaggiatori nazionali e internazionali interessati al prodotto natura sono stati prevalentemente giovani.

² https://data.europa.eu/data/datasets/s2065_432_eng?locale=en

³ <https://www.isnart.it/report-sui-turismi/turismo-naturalistico-2019/>

Cicloturista: il cicloturismo, nelle sue varie modalità, si conferma come un fenomeno in espansione, infatti quasi la metà degli operatori intervistati da ISNART⁴ ha registrato un generale aumento delle presenze legate alle due ruote. L'analisi evidenzia come il cicloturismo continua a registrare un interesse crescente sia sotto il profilo della domanda, +30% di turisti che scelgono la bicicletta nel biennio 2019-2021, che per la sua dimensione economica in quanto la spesa pro-capite di questa categoria di turisti è superiore alla media complessiva. Ciò implica l'esistenza in ogni regione di un vasto potenziale sfruttabile che **non richiede la creazione di nuove infrastrutture quanto piuttosto una reale valorizzazione dell'esistente** (uno dei valori cardine di Orobikeando), attraverso una migliore organizzazione e gestione dei servizi di supporto.

Turista enogastronomico: come già emerso nel Rapporto sul Turismo Enogastronomico 2021⁵ il viaggiatore è più esigente, attivo, è sempre più alla ricerca di esperienze autentiche e immersive che strizzano l'occhio alla sostenibilità. L'esperienza, le emozioni e le sensazioni vissute durante il viaggio enogastronomico, stanno diventando sempre più importanti nella mente del turista. Inoltre si consiglia di **incentivare la mobilità sostenibile** attraverso la creazione di piste ciclabili, sentieri che portano il turista a scoprire, camminando o pedalando, gli angoli e le realtà più affascinanti del territorio, ed il tutto si potrebbe **valorizzare attraverso mappe digitali** con relativi punti di interesse, tra cui cantine, malghe, fattorie e luoghi di ristoro e pernottamento (tutto ciò costituisce la mission del progetto Orobikeando, tra l'altro).

Gruppi target a cui si intende mirare per lo sviluppo e la promozione della destinazione Smart Orobie in base alla classe di età:

Millenials (generazione Y): i consumatori Millennial rappresenteranno nel 2025 la metà di tutti i viaggiatori a livello mondiale, come ben descritto nel Piano Strategico del Turismo 2017-2022⁶. Queste persone, nate tra il 1980 e il 2000, sono da considerare quindi un target prioritario per il sistema economico del turismo non solo in ragione della quota di mercato che rappresentano e rappresenteranno ma anche in quanto i bisogni espressi sono da considerare driver della domanda per il medio e lungo termine. Attualmente vi è un ritardo fortissimo che l'Italia sconta nei confronti di quasi tutti i principali competitor rispetto al tema dell'**innovazione tecnologica**, elemento imprescindibile per questo target.

Generazione Z: sono adolescenti e ventenni i più propensi a visitare Europa occidentale e Mediterraneo, come dimostrano i dati presentati a inizio 2022 alla Bit dall'Ufficio studi di Enit elaborando informazioni raccolte da European Travel Commission su quattro mercati - Usa, Cina, Germania e Regno Unito. La Generazione Z (i nati tra il 1995 e il 2010) è infatti la più propensa a visitare l'Europa Occidentale e il Mediterraneo, in particolare Italia, Francia e Spagna. L'Italia è la scelta preferita dei viaggiatori della Generazione Z di Uk e Germania, al secondo posto per i giovani Usa e al terzo per i cinesi. Ad attirare sono soprattutto le **esperienze enogastronomiche** (70%), culturali (67%) e di shopping (62%).

Come dimostra il rapporto "Niche Tourism, 2022 Update – Thematic Research"⁷ di GlobalData, il turismo di nicchia sta crescendo tra i giovani viaggiatori e i Millenials. A farla da padrone è il "su

⁴ <https://www.isnart.it/report-sui-turismi/cicloturismo-2020/>

⁵ <https://robertagaribaldi.com/trendtendenze2021>

⁶ <https://www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2021/11/Piano-Strategico-del-Turismo-2017-2022.pdf>

⁷ <https://www.globaldata.com/store/report/niche-tourism-theme-analysis/>

misura", il luogo scelto per le attività da svolgere o per i prodotti enogastronomici locali. Un turismo di nicchia che sta crescendo maggiormente e in modo decisamente veloce, tra le giovani generazioni, Generazione Z e Millennials che preferiscono **itinerari personalizzati** di ogni tipo. Tra gli esempi di viaggi di nicchia ci sono le vacanze attive ispirate a discipline come trekking, Nordic Walking, yoga, surf, ma anche sci, golf e soprattutto cicloturismo. E poi ancora, il turismo rurale con birdwatching, trekking, ma anche vita contadina fatta di lavoro in fattoria e in stalla, dalla raccolta dei prodotti alla vendemmia, fino alla cura degli animali. Allo stesso modo stanno prendendo sempre più piede, le vacanze sostenibili, **a basso impatto ambientale** e all'insegna del rispetto di ecosistema e tradizioni locali.

Analizzati i diversi gruppi target che si intende attrarre e le relative esigenze si può facilmente notare come la destinazione Smart Orobie risponda in modo mirato e puntuale a quanto sopra analizzato, riconducendo la propria offerta ed i propri driver di sviluppo e promozione nei 3 concetti chiave digital, green ed enogastronomia.

Inoltre, in buona sostanza il progetto Smart Orobie intende quindi rispondere alle più attuali esigenze del mercato turistico nazionale ed internazionale prendendo quale punto di riferimento i dati emersi da "Azioni di valorizzazione e promozione del settore turistico dei territori e delle produzioni di qualità"⁸, progetto finanziato dal ministero del Turismo e realizzato in collaborazione con Unioncamere e Ismart ovvero dal fatto che:

- il 50% dei turisti in Italia appartiene alle generazioni Y e Z, nati dopo il 1981 e nativi digitali
- il 94% è attento alle opzioni di viaggio sostenibili
- il 40% sceglie di esplorare destinazioni poco conosciute, assetato di riscoperta e senso di appartenenza.

Analisi dei bisogni e obiettivi specifici

Il turismo nelle Orobie bergamasche

La montagna bergamasca, con particolare riferimento al Parco regionale delle Orobie bergamasche, alle numerose aree protette "Natura 2000" e ai molteplici percorsi trekking e itinerari sciistici, rappresenta indubbiamente il punto di forza del Sistema Turistico delle Orobie. Un arco ampio ottanta chilometri di cime, di creste, di vallate, di pascoli, di foreste, di boschi, di ambienti naturali di straordinario valore, e qua e là alpeggi, cascate, borghi, rifugi. Il tutto compreso tra cime che toccano anche i 3.000 metri e ampie ondulazioni che precedono la pianura. È questo il grande patrimonio della provincia di Bergamo: le montagne, che da sempre fanno parte della storia e della cultura dei bergamaschi. Le montagne bergamasche – note anche come Orobie – coprono la metà del territorio provinciale; un'area di rilevante pregio ambientale e naturalistico, per buona parte compresa nel Parco delle Orobie Bergamasche. L'ambiente del Parco offre numerose opportunità

⁸ <https://www.italianwhy.com/>

per diversi tipi di turismo; non solo alpinismo e sentieri impegnativi, ma anche semplici e comode passeggiate permettono di godere delle ricche varietà di vegetazione. Infatti l'area presenta un panorama arboreo e floreale molto assortito. Il visitatore può percorrere dei sentieri predisposti appositamente per ammirare ed entrare in contatto con la flora alpina come il "sentiero dei fiori" sul monte Arera dove sono osservabili alcune specie di vegetazione uniche al mondo. Abbondanti sono anche le acque superficiali che percorrono l'area del Parco. Si tratta di ruscelli, torrenti e fiumi che talvolta danno vita a cascate come quella del Serio a Valbondione che, con un triplice salto di 315 metri, è la più alta cascata artificiale della penisola italiana. Il visitatore può scorgere altresì laghi alle medie ed alte quote talvolta incastonati tra i boschi o le rocce dei monti. Le Orobie bergamasche **sono tra le montagne più attraenti per essere percorse dell'escursionista** poiché dispongono, come già detto, di valenze di assoluto interesse ambientale e paesaggistico che i visitatori possono vivere in modo diretto e coinvolgente percorrendo i sentieri montani ben tenuti, segnalati a tutti i livelli di lunghezza e difficoltà, abbondantemente forniti di aree di appoggio e garantiti da una efficiente presenza del soccorso alpino. Nella zona delle Alpi e Prealpi Orobie, in provincia di Bergamo, è radicata una cultura alpina molto solida che si traduce in servizi per i frequentatori della montagna, per questo ricca di rifugi; quasi tutti facilmente accessibili dagli itinerari trekking, altri raggiungibili anche in automobile. Qui gli escursionisti possono trovare ristoro e pernottare, il che facilita e incoraggia la frequentazione dei luoghi, già molto conosciuti. Sul territorio è attivo il **CAI (club alpino italiano)** che, contraddistinto da un grande apporto volontaristico, garantisce la fruizione di un ampio ventaglio di servizi. oggi la Sezione del CAI di Bergamo può essere definita "la più grande RETE DI TURISMO MONTANO SOSTENIBILE E RESPONSABILE in bergamasca e un presidio di pubblica utilità": Rifugi CAI Bergamo: Alpe Corte, Angelo Gherardi, Antonio Baroni, Antonio Curò, Fratelli Calvi, Fratelli Longo, Laghi Gemelli, Luigi Albani, Mario Merelli al Coca, Nani Tagliaferri e Ostello al Curò; Rifugio CAI Valle Imagna: Resegone; Rifugi CAI Piazza Brembana: Cesare Benigni, Fratelli Balicco; Rifugi CAI Clusone: Rino Olmo, Carlo Medici; Rifugio CAI Loverè: Leonida Magnolini. All'alpinista, all'escursionista e a tutti i frequentatori della montagna, offre ben undici rifugi e cinque capanne sociali sulle Orobie, un bivacco nella zona del pizzo del Diavolo e Diavolino, per un totale di più di 850 posti letto e circa 1000 posti tavola: migliaia di escursionisti, alpinisti e turisti sono graditi ospiti ogni anno in queste accoglienti strutture d'alta quota veri e propri presidi culturali, ambientali, educativi e di amicizia condivisa. La Sezione di Bergamo, nella tradizione di un radicato impegno di solidarietà nelle aree montane e nella convinzione che la montagna rappresenti una significativa possibilità per l'inserimento degli amici disabili nel tessuto dell'intera comunità, ha ideato, sviluppato e realizzato il progetto di riqualificazione del Rifugio Alpe Corte, un rifugio per tutti senza barriere e senza frontiere, a Valcanale di Ardesio, e anche il progetto 'Sentiero per tutti' dal rifugio Alpe Corte al torrente Acqualina e attrezzato perché possa essere percorribile dalle carrozzine. La sezione di Bergamo è quindi particolarmente numerosa e dispone di diverse sottosezioni distribuite capillarmente su tutto il territorio. Queste consentono di effettuare interventi a favore della montagna e dei suoi frequentatori come la buona gestione e manutenzione dei numerosi rifugi e bivacchi d'alta quota, il tracciamento, la realizzazione e la segnaletica dei sentieri. Il CAI organizza altresì iniziative alpinistiche, escursionistiche, speleologiche ed eventi collaterali come concerti in alta quota piuttosto che competizioni sportive quali l'"Orobie Skyraid". Ragion per cui il territorio è in grado di soddisfare le richieste sia del villeggiante che del turista desideroso di fare una passeggiata tra le valli ma anche dell'escursionista sportivo indubbiamente più esperto ed esigente. La Sezione e le Sottosezioni di Bergamo del Club Alpino Italiano, hanno sempre svolto un lavoro di

interventi ordinari e straordinari di manutenzione sulla fitta rete dei sentieri che costituiscono l'elemento portante dell'attività alpinistica, escursionistica e naturalistica nelle Alpi Orobie con più di 480 itinerari tracciati e segnalati per un totale di oltre 2200 chilometri. Di fondamentale importanza l'Alta Via del "Sentiero integrale delle Orobie", nel tracciato dalla Valle Brembana e passo S. Marco alla Valle Seriana al passo della Presolana, il tratto bergamasco del Sentiero Italia CAI, e che collega, attraverso i suoi oltre 7000 km, tutte le regioni italiane alla scoperta della bellezza, del fascino e delle tradizioni dei territori interni; la nuova versione "Sentiero delle Orobie ad anello" con partenza e arrivo a Ardesio, lungo oltre 180 chilometri e con circa 5000 metri di dislivello, un'opera alpina lombarda, in Italia, di straordinaria rilevanza storica, paesaggistica e ambientale; il Sentiero naturalistico 'Antonio Curò', dal rifugio Curò al rifugio Tagliaferri fino al passo del Vivione. La ricca configurazione dei percorsi costituisce un bene comune e un patrimonio di valore eccezionale per la frequentazione della montagna bergamasca, e rappresenta la base fondamentale per l'accesso e i collegamenti dei rifugi, elementi insostituibili per incoraggiare una presenza escursionistica e turistica preparata e organizzata. Il geoportale <http://geoportale.caibergamo.it> rappresenta uno strumento strategico per far conoscere la rete dei sentieri e rifugi delle Orobie, e un 'ufficio turistico' on line gratuito e sempre aperto per tutti gli appassionati delle montagne del mondo, tradotto anche in lingua inglese.

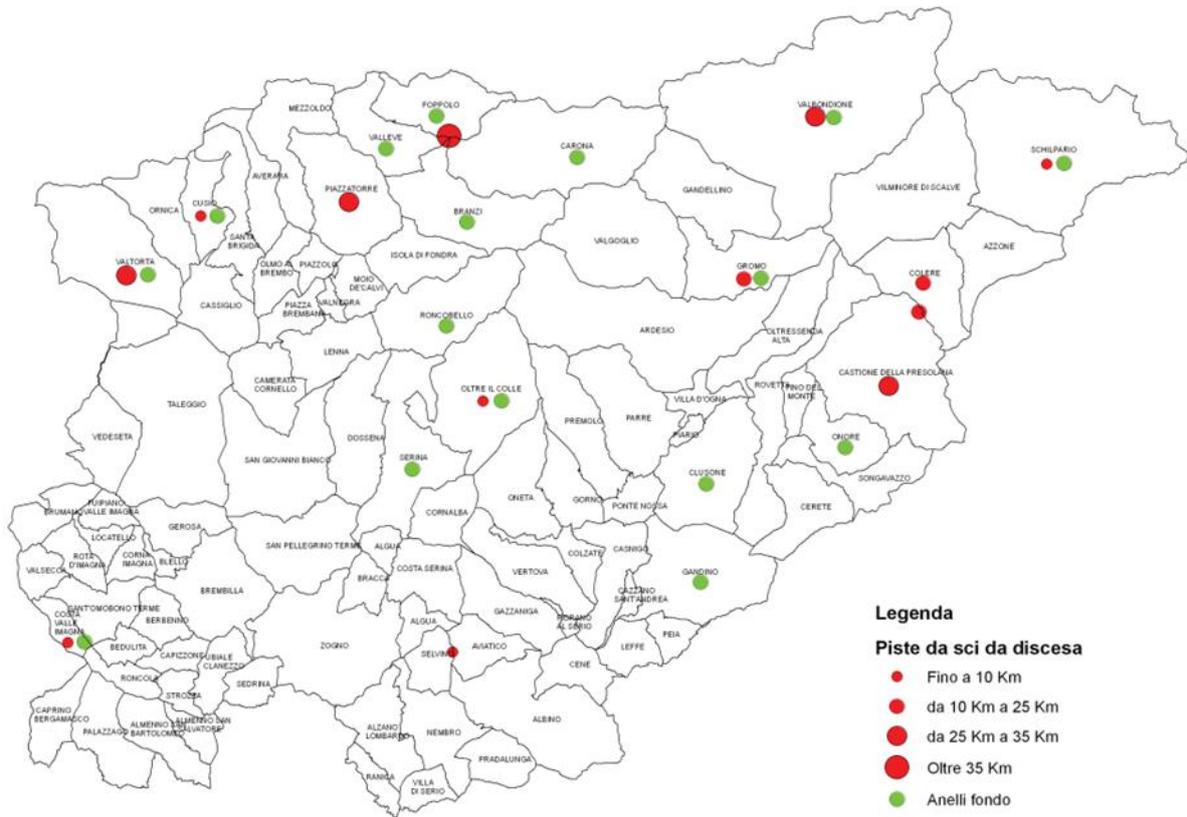
La Provincia di Bergamo, anche grazie ai finanziamenti erogati dalla Regione Lombardia, ha realizzato quattro itinerari ciclabili, due dei quali nella zona montana. Si tratta della pista ciclabile della Valle Seriana e quella della Valle Brembana che recuperano per fini ciclopedonali alcuni tratti di sedime delle ex ferrovie delle valli non impiegati per la costruzione della tramvia. La logica seguita è quella dell'intermodalità che abbina il treno alla bici, come è possibile fare partendo con il tram che da Bergamo giunge ad Albino e continuando il percorso lungo il fiume con l'ausilio della bicicletta. La realizzazione di queste opere risponde alla domanda crescente di cicloturismo nell'ottica di una valorizzazione dell'ambiente, della cultura e della storia locale esperibili con l'ausilio di un mezzo privilegiato, pulito, sicuro, silenzioso lento e veloce all'occorrenza quale la bicicletta che va senz'altro in direzione di una mobilità sostenibile.

Mai come oggi è necessario investire sulla **destagionalizzazione**, in particolare nelle destinazioni sciistiche delle Orobie bergamasche che nelle ultime stagioni stanno soffrendo di una carenza di neve sempre maggiore. Un esempio di buona pratica già esistente sul territorio è il Monte Pora, nota destinazione sciistica in Val Seriana con ben 9 impianti di risalita che servono circa 20 piste di varia difficoltà, che da "comprensorio sciistico" ha voluto fare un salto e diventare "località". Grazie alla consapevolezza delle attrattive e dell'offerta turistica che può garantire, infatti, la destinazione Monte Pora ha fatto importanti investimenti in ottica di destagionalizzazione che da subito hanno mostrato risultati concreti in termini di aumento delle presenze turistiche. Si parla in particolare dell'apertura estiva degli impianti, della realizzazione di "Pora Beach" (un'area attrezzata con tanto di terrazza galleggiante, spiaggia e ombrelloni in riva al laghetto alpino), dell'inaugurazione di un "food truck" in alta quota per rendere più accessibile la ristorazione e di un investimento generale sulla comunicazione. Altri investimenti di questo tipo sono in programma, tra cui un nuovo rifugio panoramico, la riqualificazione della partenza della seggiovia di Cima Pora e il ripensamento dello stabile utilizzato come ricovero dei gatti delle nevi che si trova in fondo alla pista del Termen, proprio perché il rilancio della montagna passa proprio attraverso investimenti mirati alla

destagionalizzazione, che nell'area delle Orobie Bergamasche rappresenta sicuramente un aspetto di fondamentale importanza.

Il rilancio delle Orobie bergamasche come destinazione per nomadi digitali rappresenta un valido strumento per favorire la destagionalizzazione, il cui obiettivo è proprio attrarre durante tutto l'arco dell'anno smart workers e smart trekkers in modo da ripopolare e rilanciare a livello turistico borghi e località montane. In questo senso anche l'economia locale può risentirne positivamente grazie alla capacità di spesa dei nuovi utenti. Inoltre questo gruppo target rappresenta un nuovo bacino di utenza per la destinazione Orobie bergamasche, da sempre soggetta a un turismo stagionale e di villeggiatura (alta stagione e weekend). Infine il nomade digitale rappresenta un gruppo target che tendenzialmente permane nella destinazione per lunghi periodi, contribuendo ulteriormente a destagionalizzare la destinazione, soprattutto durante la settimana. Parallelamente contribuisce anche ad allungare la permanenza media delle valli bergamasche (si vedano i dati "Permanenza media e provenienza" nei paragrafi successivi).

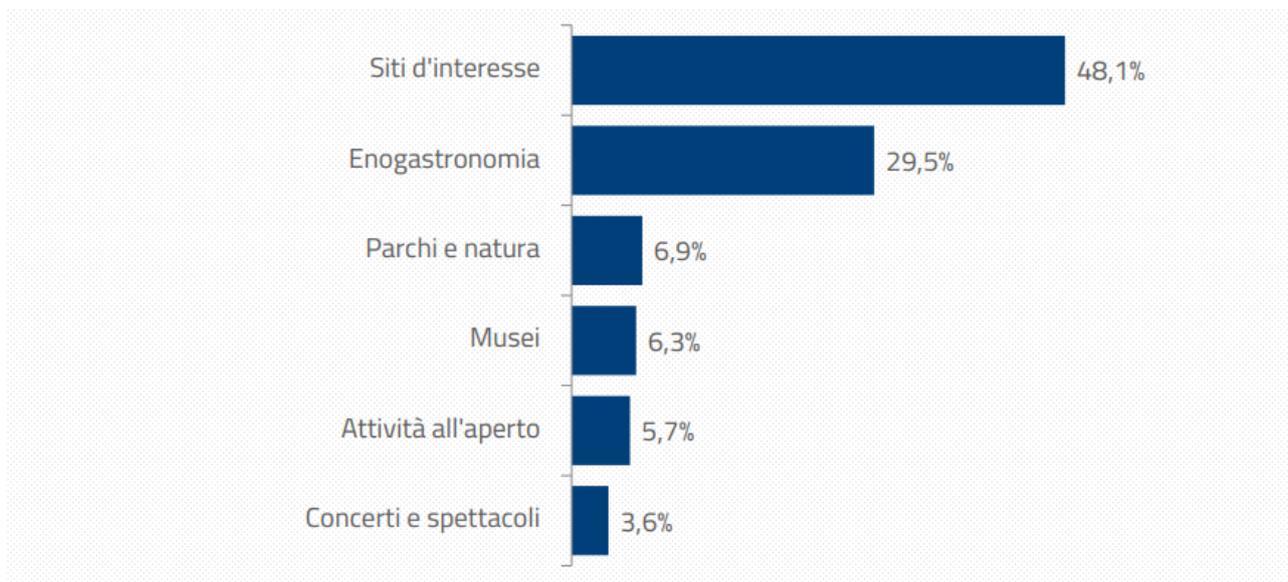
IMPIANTI SCIISTICI INVERNALI



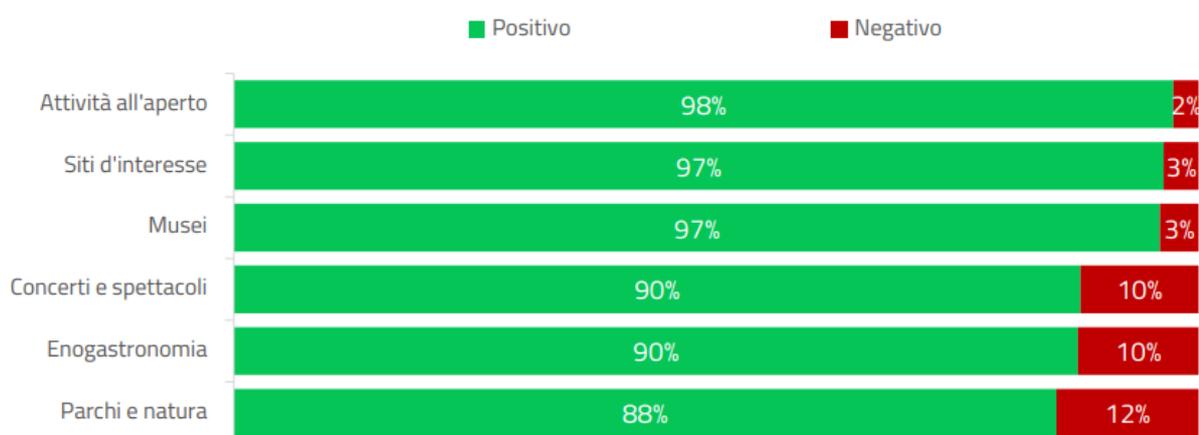
Fonte: Inquadramento generale sistema turistico Orobie bergamasche, Osservatorio turistico della Provincia di Bergamo

Le valli orobiche sono caratterizzate da un rapporto con il cibo fortemente connotato da alcuni prodotti tipici, ben noti a livello nazionale (si pensi alla polenta o al taleggio, per fare degli esempi); la ristorazione è quindi sempre stata uno dei punti di forza dell'incontro con il turista, anche se oggi si tende a segnalare come la gastronomia di questi prodotti tipici abbia talvolta bisogno di una reinterpretazione, alla luce delle nuove esigenze del consumatore e di una maggiore apertura verso nuove produzioni. In questa chiave i prodotti tipici locali possono diventare una nuova fonte di attrazione del territorio incrementando il valore. I turisti chiedono sempre di più prodotti genuini e autentici e la cucina bergamasca vanta una buona tradizione culinaria che la rende molto variegata: formaggi (9 D.O.P.) caratteristici della tradizione alpina, piatti a base di selvaggina, insaccati tipici e naturalmente l'immane polenta bergamasca preparata in diversi modi. I dolci tipici sono preparati con farina di mais: la smaiasa (una torta con pere e mele) è nota anche oltre i confini regionali, mentre la polenta e osei è divenuta il simbolo della gastronomia turistica della provincia. Menzione particolare merita il miele delle valli Bergamasche.

Analizzando i contenuti dell'ultimo semestre collocabili nelle categorie identificate, l'enogastronomia si conferma tra i temi più discussi sul web da parte dei turisti, come dimostra il grafico di seguito esposto.



Inoltre Al netto dei contenuti neutrali, tutte le tematiche evidenziate generano discussioni sul web dai toni principalmente positivi, soprattutto quando si parla di attività all'aperto, siti di interesse e musei.

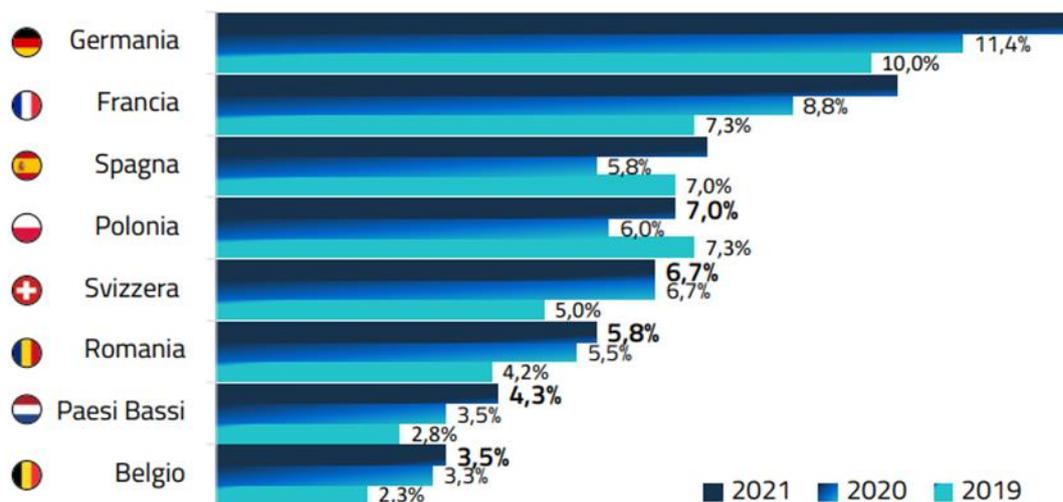


Permanenza media e provenienza

Provincia di Bergamo

Arrivi: le principali nazionalità del turismo straniero

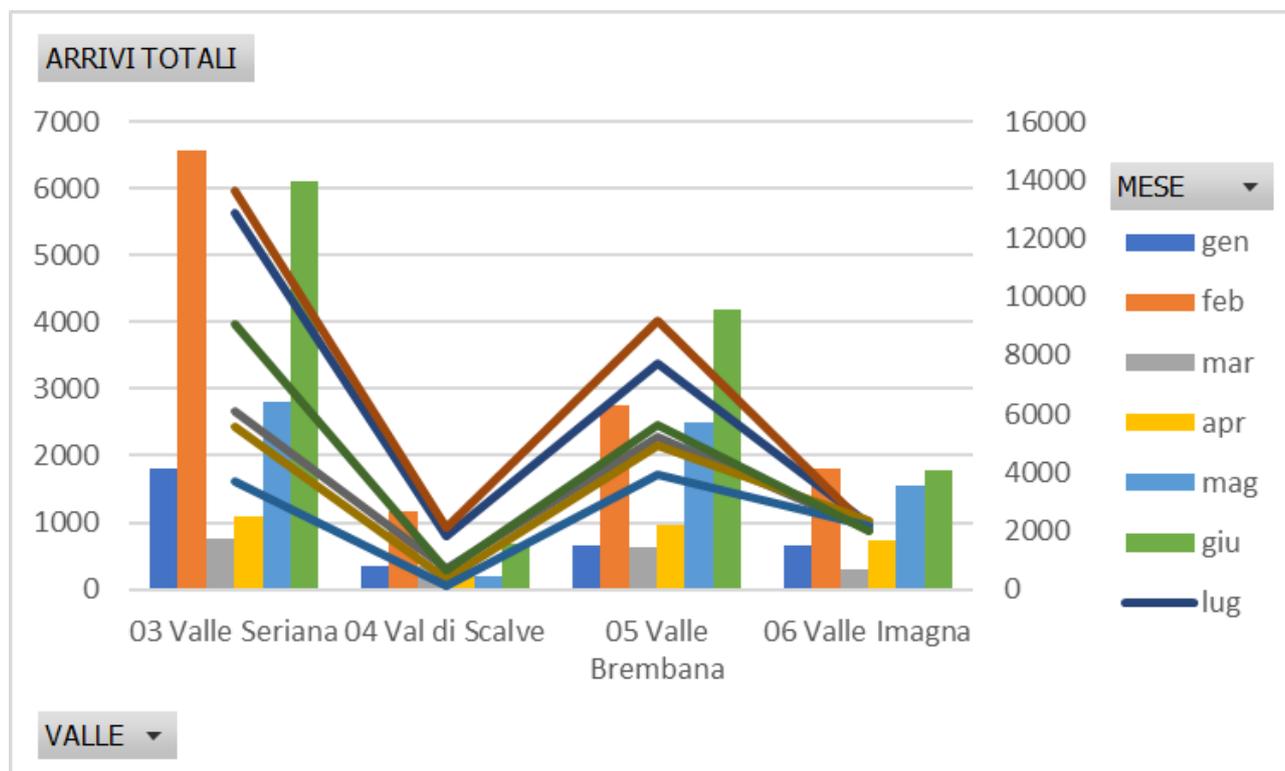
Primi 8 paesi per numero di arrivi: al primo posto Germania con il 13,1% degli arrivi, in costante crescita dal 2019. Confermata la crescita anche per la Francia seguita poi dalla Spagna che dopo il calo del 2020 è tornata ai livelli pre pandemia.



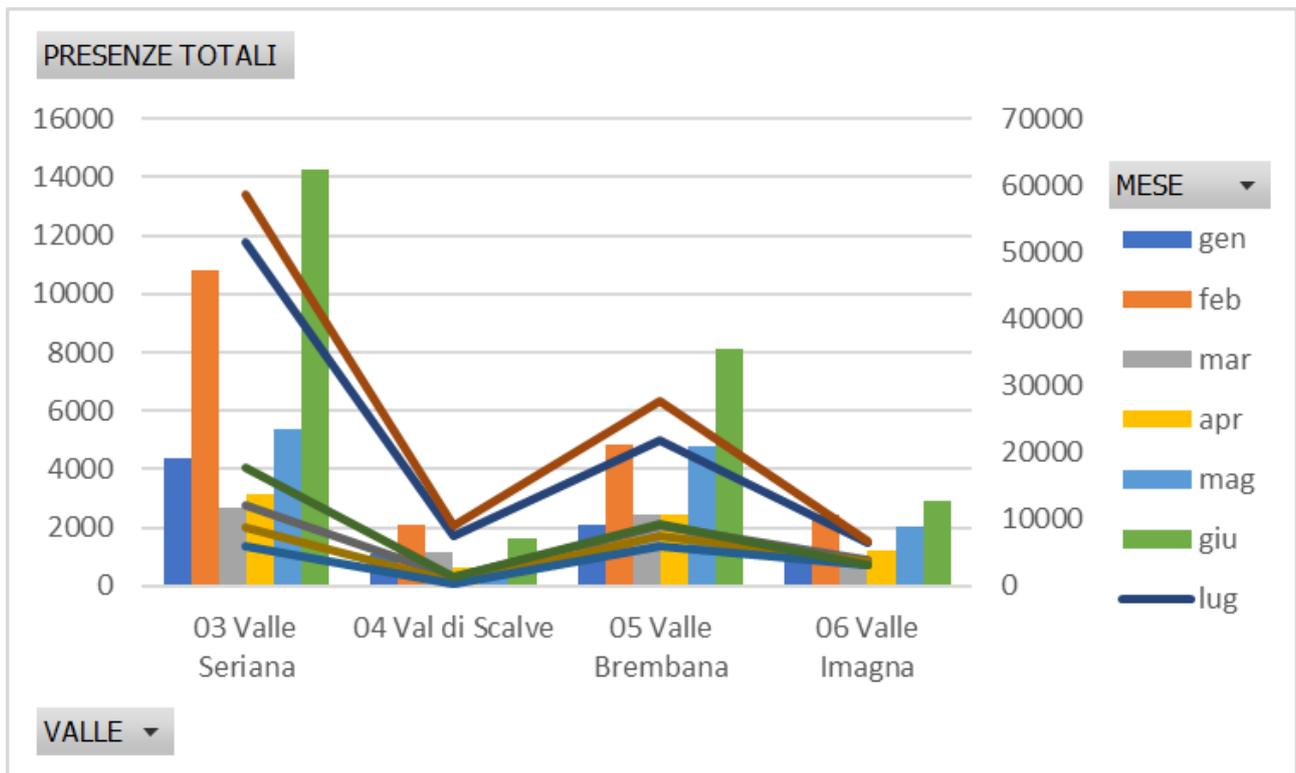
Fonte: Provincia di Bergamo tramite applicativo Ross1000 di Polis Lombardia – Istat

Provincia di Bergamo | Visit Bergamo

8



Estrapolando i dati aggregati per valle dal database dell'osservatorio turistico provinciale si evidenzia come in termini di arrivi sia presente una forte stagionalità dei flussi in particolar modo dei mesi di febbraio e giugno.



Lo stesso fenomeno viene riscontrato in termini di presenze turistiche.

Da qui la necessità di **DESTAGIONALIZZARE** investendo su approccio innovativi ed andando incontro ed attirando diverse tipologie di turista, in primis il target dei nomadi digitali ed in secondo luogo i turisti che più si adattano alle peculiarità del territorio ed ai trend del settore: turista attivo, naturalistico, cicloturista, turista enogastronomico.

Valle Brembana:

Permanenza 2,2 giorni - <0,1 rispetto all'anno precedente



Valle Imagna:

Permanenza 1,9 giorni - <0,3 rispetto all'anno precedente



Valle Seriana, val di Scalve e Altopiano di Selvino:

Permanenza 2,7 giorni - <0,1 rispetto all'anno precedente



Di seguito lo schema **del processo vizioso verificatosi negli ultimi decenni in molte località delle valli bergamasche**, come evidenzia il rapporto “Le abitazioni turistiche nelle Orobie: densità, utilizzo e implicazioni sulle destinazioni” prodotto dall’Osservatorio turistico della Provincia di Bergamo in collaborazione con l’Università degli Studi di Bergamo. Dal grafico si evince che l’affitto di lungo periodo e la mancanza di un sistema organizzativo e di commercializzazione degli alloggi (che ne è spesso una conseguenza) non favoriscono il turnover dei turisti nella località, la quale quindi si trova a dover garantire servizi e infrastrutture (parcheggi, strade, fognature, assistenza medica) che dovranno essere dimensionati alle presenze nei periodi di massimo flusso (Bieger et al 2007). Tuttavia l’ammontare complessivo dei flussi turistici nell’arco dell’anno è decisamente scarso e questo comporta un’incapacità ad alimentare una domanda sufficiente a garantire un’offerta diversificata di servizi. I negozi stentano a restare aperti, (in molte piccole località anche i negozi di generi alimentari hanno chiuso) e le attività ricreative fanno fatica a svilupparsi perché non trovano domanda sufficiente. Si riducono quindi le attività commerciali, le attività ricreative e quelle complementari, cioè proprio ciò che il turista di oggi, che è sempre più indotto alla scelta della località dalle opportunità che gli si offrono, si aspetta di trovare. I prezzi sui prodotti e i servizi, laddove le attività commerciali continuano ad operare, tendono ad aumentare, per garantire margini di profitto che compensino l’inattività di molta parte dell’anno, cosicché il turista tenderà

sempre più a fare la spesa nei supermercati di città. Si innesca cioè un ciclo vizioso di cui soffre tutta la destinazione turistica, ivi compresa quella alberghiera (Macchiavelli 2001); gli alberghi più marginali tenderanno ad uscire dal mercato, gli altri assisteranno ad una sempre maggiore contrazione stagionale.

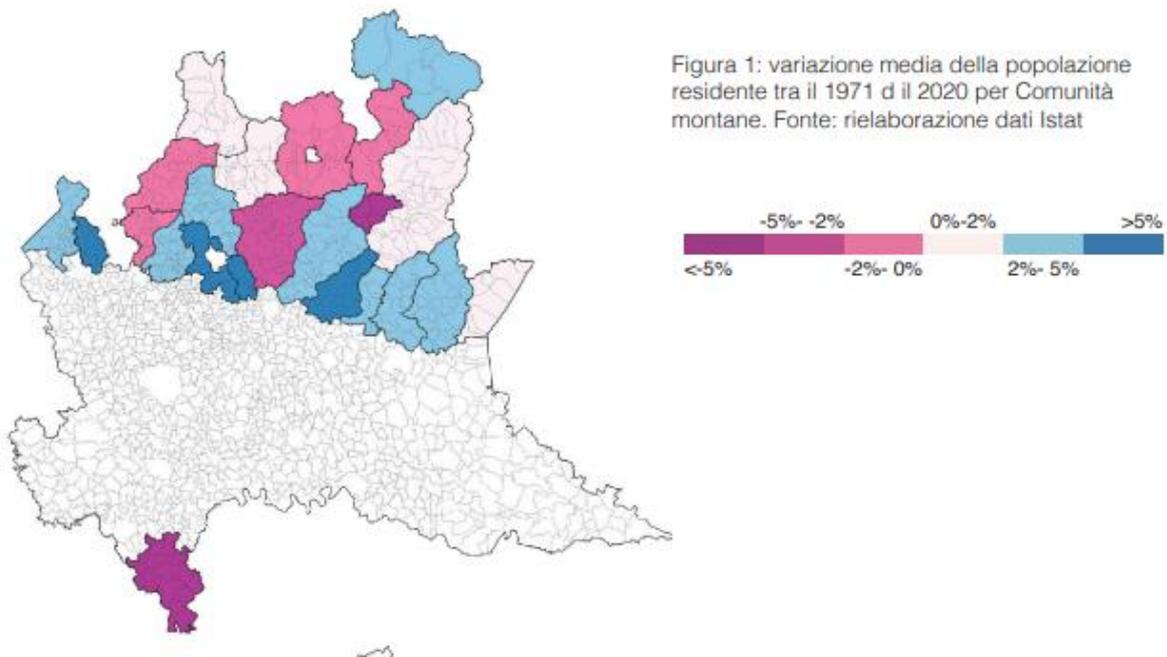


Tale processo si è chiaramente modificato nel corso dell'ultimo decennio, passando dall'incidenza degli affitti di lungo periodo ad un turismo prevalentemente "mordi e fuggi" e di prossimità che, tuttavia, implica tutti i successivi fattori descritti all'interno del grafico come conseguenza a tale tendenza.

Nell'ambito dei soggetti che si occupano di informazione turistica si avverte fortemente l'esigenza di un maggior coordinamento tra gli operatori, le strutture informative e gli enti pubblici dei principali comuni per favorire un lavoro sinergico, superando localismi e campanilismi. Ciò non andrebbe a scapito delle peculiarità e delle identità dei luoghi, ma favorirebbe al contrario una gestione unitaria, una promozione univoca del territorio, e naturalmente un innalzamento della qualità dei servizi offerti.

Spopolamento

Come si evince da un'analisi svolta dal Consiglio regionale, la contrazione demografica rappresenta una tendenza consolidata nel territorio montano lombardo e bergamasco, il cui andamento è il risultato di profondi cambiamenti all'interno della struttura economica, sociale e istituzionale del territorio. L'esodo rurale ha prodotto il progressivo svuotamento dei piccoli centri di montagna: con lo spopolamento si è determinato un sempre più generalizzato abbandono dei suoli utilizzati per le attività agricole e pastorali, dei boschi e delle opere di sistemazione idraulico-forestale. Agli effetti legati al mancato presidio e alla sempre minore manutenzione del territorio montano si associa la perdita di capitale culturale, identitario e sociale di un patrimonio edilizio di valore, e più in generale la compromissione del paesaggio. I contesti che presentano una contrazione demografica più significativa rappresentano quei territori in cui è rilevabile una più alta concentrazione di emergenze e vulnerabilità. Inoltre, i processi di contrazione demografica sono spesso associati all'invecchiamento della popolazione residente.



Fonte: https://www.consiglio.regione.lombardia.it/wps/wcm/connect/605720d8-e12b-454f-84b5-385b4a61e45c/MV_n26_InterventiTerritoriMontani_ExecutiveSummary_9lug2021.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-605720d8-e12b-454f-84b5-385b4a61e45c-nGFJukp

Nella tabella di seguito si riportano i dati ISTAT a livello provinciale.

| Territorio Bergamo | | | | | |
|--|-------|------|----------|-----------|-------|
| Selezione periodo | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Tipo indicatore | | | | | |
| tasso di natalità (per mille abitanti) | 7,7 | 7,5 | 6,9 (p) | 7 | ... |
| crescita naturale (per mille abitanti) | -1,3 | -1,7 | -7,7 (p) | -2,4 | ... |
| tasso di crescita totale (per mille abitanti) | 0,9 | 0,7 | -4,1 (p) | -0,8 | ... |
| numero medio di figli per donna | 1,39 | 1,36 | 1,28 (e) | 1,29 | ... |
| popolazione 0-14 anni al 1° gennaio (valori percentuali) - al 1° gennaio | 14,7 | 14,4 | 14,1 | 14 (e) | 13,6 |
| popolazione 15-64 anni (valori percentuali) - al 1° gennaio | 64,6 | 64,5 | 64,4 | 64,6 (e) | 64,5 |
| popolazione 65 anni e più (valori percentuali) - al 1° gennaio | 20,7 | 21,1 | 21,4 | 21,4 (e) | 21,8 |
| indice di dipendenza strutturale (valori percentuali) - al 1° gennaio | 54,8 | 55 | 55,2 | 54,9 (e) | 55 |
| indice di dipendenza degli anziani (valori percentuali) - al 1° gennaio | 32 | 32,6 | 33,3 | 33,2 (e) | 33,8 |
| indice di vecchiaia (valori percentuali) - al 1° gennaio | 140,9 | 146 | 151,5 | 153,3 (e) | 159,9 |
| età media della popolazione - al 1° gennaio | 43,9 | 44,2 | 44,5 | 44,6 (e) | 45 |

Dati estratti il 19 Sep 2022 12:04 UTC (GMT) da I.Stat

Il sito TuttItalia riporta i dati demografici di ogni paese della Penisola. I Comuni in Bergamasca sotto i mille abitanti sono diversi (dati aggiornati al 1° gennaio 2015): Adrara San Rocco, Algua, Averara, Aviatico, Azzone, Barbata, Bedulita, Bianzano, Bello, Bossico, Bracca, Branzi, Brumano, Camerata Cornello, Carona, Cassiglio, Corna Imagna, Cornalba, Costa Serina, Costa Valle Imagna, Cusio, Dossena, Fonteno, Foppolo, Fuipiano Valle Imagna, Gaverina T., Grone, Isola di Fondra, Isso, Lenna, Locatello, Luzzana, Mezzoldo, Moio de' Calvi, Olmo al Brembo, Oltressenda Alta, Oneta, Onore, Ornica, Parzanica, Piazzatorre, Piazzolo, Riva di Solto, Roncobello, Roncola, Rota d'Imagna, Santa Brigida, Songavazzo, Taleggio, Valgoglio, Valleve, Valnegrà, Valtorta, Vedeseta, Vigolo. Se ne contano 55 su 242 totali della provincia, circa un quinto. Alcuni paesi sono esemplari nel mostrare i cambiamenti demografici dal dopoguerra ad oggi. Valtorta dal 1951 al 2011 ha visto un calo costante di abitanti, tra il 10 e il 15 per cento del totale ogni decennio. Ma è un andamento che si ritrova in molti altri comuni: Taleggio nel '51 aveva circa 1500 abitanti, nel 2011 sui 500; Piazzolo è passato da 250 ad appena 85; Cusio da quasi 600 a 250; Averara da 650 a 200. Insomma, è chiaro che anche sul nostro territorio ci sono esempi di progressivo abbandono demografico. Questi dati sono ancor più significativi perché si inseriscono nel quadro della Provincia, che ha visto invece un continuo aumento del numero di abitanti, da 700mila (1951) a 1,1 milioni (2011). Questo significa che **le persone si ammassano in modo sempre maggiore nei centri urbani** o comunque nelle grosse cittadine di pianura.

Come riporta un articolo di Prima Bergamo, la Valle Brembana nel giro di settant'anni ha perso il 15,4% dei suoi abitanti: dai 47.637 del 1951 si è passati ai 40.293 nel 2021. A pagarne le conseguenze sono soprattutto i Comuni più piccoli e montani, come Ornica che è scesa da 530 a soli 145 abitanti e Valtorta, da 760 a 249. Anche il tasso di natalità preoccupa. Nel 2020 sono venuti al mondo una media di 5,4 bambini ogni mille abitanti, 3,9 in alta Valle Brembana. A Taleggio nessuna nascita per due anni consecutivi (2020 e 2021), mentre quest'anno se ne contano già tre.

Per quanto riguarda la Valle Seriana e la Val di Scalve il calo demografico, anche se complessivamente inferiore a quello avvenuto tra il 2017 e il 2016 (-158), non si arresta. Il totale dei

residenti, dei comuni da Ponte Nossola in su, al 31/12/2018 è ancora inferiore all'anno precedente (-112).

| | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | Diff. 2018- 2017 | Perc. | Diff. 2018- 2014 | Perc. |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------------|-------|------------------------|-------|
| Totali | 41691 | 41803 | 41961 | 42083 | 42284 | -112 | -0,3% | -593 | -0,8% |

Come descrive un articolo di My Valley, i numeri ancora una volta permettono di individuare aree in cui il problema è più sentito ed altre invece in cui l'andamento è stabile: è il caso della Conca della Presolana, che conferma i numeri degli ultimi anni. Il Comune di Ponte Nossola è quello che ha registrato il valore positivo più alto: +39, +2,2%. In percentuale tuttavia cresce più di tutti Songavazzo: +2,3%, con un aumento di 16 residenti. Il dato negativo più alto è quello di Schilpario -2,3% (-27).

| Valle di Scalve | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | Diff. 2018- 2017 | Perc. | Diff. 2018- 2014 | Perc. |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|
| Azzone | 389 | 387 | 400 | 406 | 412 | 2 | 0,5% | -23 | -2,9% |
| Colere | 1120 | 1127 | 1127 | 1136 | 1148 | -7 | -0,6% | -28 | -1,8% |
| Schilpario | 1157 | 1184 | 1186 | 1201 | 1225 | -27 | -2,3% | -68 | -3,2% |
| Vilminore | 1458 | 1479 | 1492 | 1493 | 1496 | -21 | -1,4% | -38 | -0,3% |
| Totali | 4124 | 4177 | 4205 | 4236 | 4281 | -53 | -1,3% | -157 | -1,8% |

Il fenomeno dello spopolamento rappresenta purtroppo un vero e proprio trend costante anche in Val Brembana, dove si è perso il 15,4% degli abitanti. In particolare i casi di Averara, Ornica e Valtorta dove la popolazione è scesa del 70%. Nel 1951 gli abitanti dei 37 comuni della valle erano 47.637, nel 2001 sono scesi a 43.408 (8,88 % in meno), nel 2021 a 40.293 (-15,4%). Quest'ultimo dato comprende chi ha mantenuto la residenza pur avendo lasciato il paese. Ad aver subito il maggior spopolamento, in 70 anni, sono Ornica passata da 530 a 145 abitanti (-72,6%), Averara da 588 a 173 abitanti (-70,6%) e Valtorta da 760 a 249 (-67,3%). Il comune di Branzi è sceso da 1.035 a 662 residenti, Carona da 738 a 288, Costa Serina da 1.560 a 864, Cusio da 571 a 211.

Bassissimo è inoltre il tasso di natalità in Val Brembana. Nel 2020 sono nati 5,4 bambini ogni mille abitanti, che scendono a 3,9 nei comuni dell'Alto Brembo. A Ornica nel 2017 l'indice di vecchiaia era 757, ciò significa 75,7 over 65 ogni 10 under 14, a Valtorta era 553, 448 a Carona ed è sicuramente peggiorato. A Taleggio, nel 2020 e 2021, non sono nati bambini.

Secondo il presidente della Comunità montana della Val Brembana però, “Non c’è un problema occupazionale. Le richieste di lavoro non mancano. Nei settori del turismo e della ristorazione c’è una forte richiesta di personale e le opportunità non mancano”. La conferma arriva da Andrea Paleni, presidente di Altobrembo, associazione di promozione turistica e coordinamento territoriale dei comuni dell’Alta Val Brembana e sindaco di Cusio, altro comune dove da diversi anni non si registrano nascite, secondo il quale «Si fa fatica a trovare lavoratori, in qualsiasi settore, compreso quello edile. Resta il problema dell’occupazione femminile, meno continuativa, con addette per lo più stagionali».

Fonte:

https://www.google.com/url?q=https://bergamo.corriere.it/notizie/cronaca/22_agosto_19/val-brembana-spopolamento-senza-fine-perso-154percento-abitanti-8b74c580-1f88-11ed-b2f1-72942e0bd969.shtml?refresh_ce&sa=D&source=docs&ust=1663920242682380&usg=AOvVaw3MO4n6Fh0taMTMP-4D5DPM

Conessione

Sotto il profilo della connettività la carenza di copertura della rete fissa, riscontrata soprattutto nell’Oltrepò Pavese e nella Valtellina di Sondrio e più in generale nella parte settentrionale della montagna lombarda, limita la possibilità di introdurre e sviluppare in maniera estensiva l’erogazione di servizi a distanza.

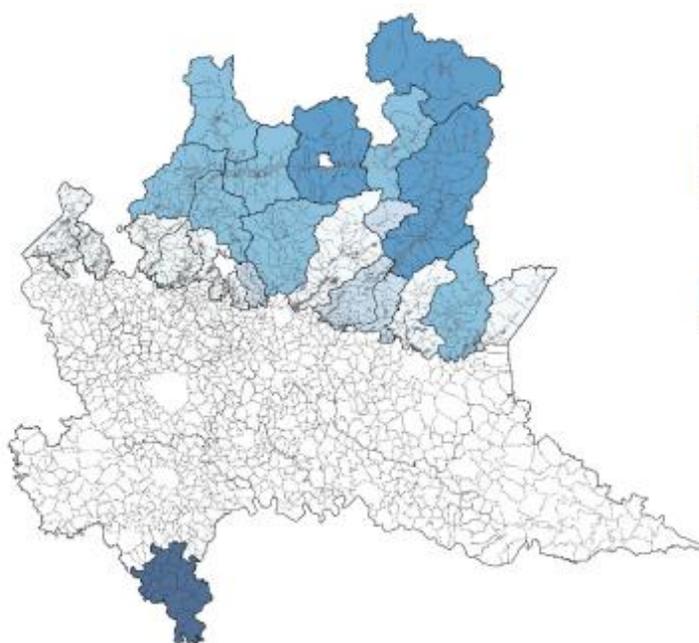
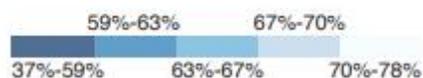


Figura 3: quota di territorio coperta da rete fissa (ADSL, FTTC, FTTH) per Comunità Montane.
Fonte: rielaborazione dati AGCOM



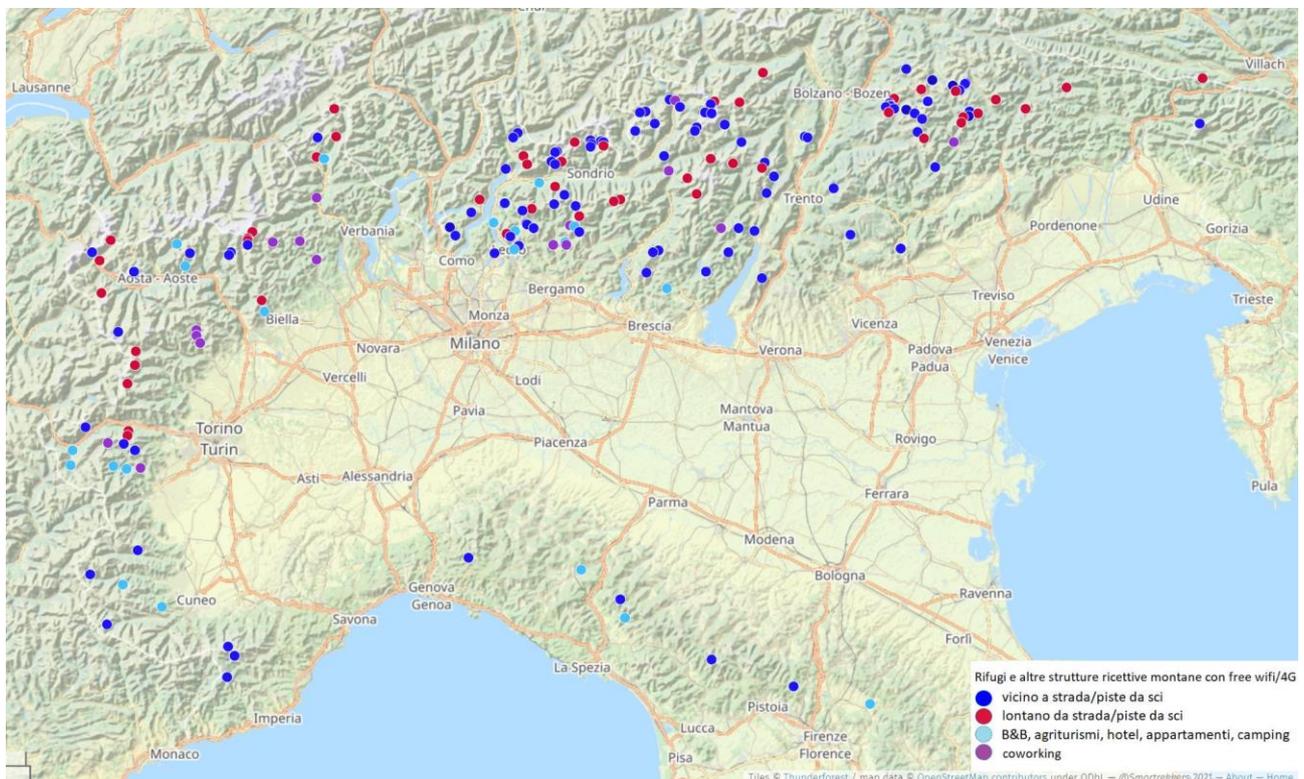
Fonte: https://www.consiglio.regione.lombardia.it/wps/wcm/connect/605720d8-e12b-454f-84b5-385b4a61e45c/MV_n26_InterventiTerritoriMontani_ExecutiveSummary_9lug2021.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-605720d8-e12b-454f-84b5-385b4a61e45c-nGFJukp

Tuttavia, dal gruppo “Smarttrekkers”, un progetto ideato da Nicola Cortesi (ondatore della pagina e del gruppo Facebook Smarttrekkers, Di professione meteorologo, lavora per un centro di ricerca spagnolo), si evince come **la Lombardia si conferma la regione con la più alta densità di rifugi con**

free wifi e/o 4G. Nelle Dolomiti invece, le zone con più rifugi con free wifi sono quelle del Pelmo, del Civetta e del Catinaccio. Sono assenti nel gruppo delle Odle, nelle Dolomiti di Sesto e sulla Marmolada. In Piemonte ed in Val d'Aosta, infine, i rifugi sono disposti soprattutto vicino al confine con la Francia e la Svizzera. Alcune di queste strutture sono inoltre collegate da trekking ideati appositamente per gli escursionisti-telelavoratori.

Dalla mappatura svolta finora si evince come i punti BLU indicano i rifugi vicino alla strada (sterrate incluse), o agli impianti di risalita. In genere offrono un numero maggiore di servizi rispetto ai rifugi lontano dalla strada (punti ROSSI), che sono tutte dei rifugi. I punti AZZURRI mostrano invece le altre strutture montane sempre vicino alla strada (B&B, agriturismi, appartamenti, etc.). I punti GIALLI mostrano i bivacchi. Infine, i punti VIOLA indicano i coworking rurali, che si trovano cioè nei borghi di montagna più belli, o in paesi strategici da cui raggiungere rapidamente le montagne.

Nelle Orobie Bergamasche ci sono ben 3 punti rossi, 2 punti blu, 3 punti viola e 3 punti azzurri.



Fonte: https://umap.openstreetmap.fr/en/map/smart-huts-20_508708#7/44.973/10.525

Servizi

Tra le principali cause di spopolamento della montagna vi è la mancanza di servizi. La tabella di seguito in particolare mostra con evidenza che il tema della carenza dei servizi essenziali di cittadinanza, connessa fortemente alla criticità relativa allo spopolamento e all'invecchiamento, non è uniformemente distribuita nel territorio montano lombardo. Più in generale, nel loro insieme le montagne lombarde (al plurale) si caratterizzano per una forte varietà di bisogni emergenti e di dinamiche in atto, che non sempre è sufficientemente considerata nel disegno e

nell'implementazione delle politiche. Tra i territori con il maggior numero di indicatori di intensità alta (rosso e rosa) troviamo Valle di Scalve, Valle Brembana, Valle Seriana e Valle Imagna.

| COMUNITA' MONTANE | INDAGINE DEMOGRAFICA | | INDAGINE SOCIO-ECONOMICA | | | | | | | | | | INDAGINE INFRASTRUTTURAZIONE DIGITALE | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|---|---|--|--------------------------------|---|-------------------------------------|---|------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| | Andamento della popolazione residente | Grado di invecchiamento della popolazione | Dotazione dei servizi sanitari e scolastici | | | | Trend delle imprese e degli addetti | Andamento degli esercizi commerciali | Turismo | Agricoltura di montagna | | Processi di urbanizzazione | Copertura della rete fissa e mobile | |
| | CONTRAZIONE DEMOGRAFICA | INVECCHIAMENTO | INADEGUATEZZA DEI SERVIZI SANITARI TERRITORIALI ★ | SCARSA ACCESSIBILITÀ SERVIZI OSPEDALIERI | SMOBILITAZIONE DELLA SCUOLA ★★ | SCARSA ACCESSIBILITÀ SERVIZI SCOLASTICI | CALO DEL NUMERO DI IMPRESE | CALO DEL NUMERO DI ESERCIZI COMMERCIALI DI VICINATO | TURISTIFICAZIONE | RIFORESTAZIONE | ABBANDONO DELL'ATTIVITÀ AGRICOLA | CONSUMO DI SUOLO | DIGITAL DIVIDE RETE MOBILE | DIGITAL DIVIDE RETE FISSA |
| ALTA VALTELLINA | | | | | | | | | | | | | | |
| ALTO GARDA BRESCIANO | | | | | | | | | | | | | | |
| LAGH BERGAMASCHI | | | | | | | | | | | | | | |
| LARIO INTELVESE | | | | | | | | | | | | | | |
| LARIO ORIENTALE E VALLE SAN MARTINO | | | | | | | | | | | | | | |
| OLTREPO PAVESE | | | | | | | | | | | | | | |
| PIAMBELLO | | | | | | | | | | | | | | |
| SEBINO BRESCIANO | | | | | | | | | | | | | | |
| TRIANGOLO LARIANO | | | | | | | | | | | | | | |
| VAL BREMBANA | | | | | | | | | | | | | | |
| VAL CAMONICA | | | | | | | | | | | | | | |
| VAL CHAVENNA | | | | | | | | | | | | | | |
| VAL SABBIA | | | | | | | | | | | | | | |
| VAL TROMPIA | | | | | | | | | | | | | | |
| VALLE DI SCALVE | | | | | | | | | | | | | | |
| VALLE IMAGNA | | | | | | | | | | | | | | |
| VALLE SERIANA | | | | | | | | | | | | | | |
| VALLE DELL'ADRIANO E DEL CERESIO | | | | | | | | | | | | | | |
| VALLI DEL VERBANO | | | | | | | | | | | | | | |
| VALSASSINA VALVARONE VAL ESINO | | | | | | | | | | | | | | |
| VALTELLINA DI MORBEGNO | | | | | | | | | | | | | | |
| VALTELLINA DI SONDRIO | | | | | | | | | | | | | | |
| VALTELLINA DI TIRANO | | | | | | | | | | | | | | |

| INDICATORE*** | VARIANZA MEDIA DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE TRA IL 1971 E IL 2020 | INDICE DI IECCOHAIA | TASSO DI OSPEDALIZZAZIONE OVER 75 | MEDIA DELLE STRUTTURE SANITARIE RAGGIUNGIBILI PER COMUNE IN 30 MINUTI | MEDIA DELLA PERCENTUALE DI COMUNI SUL TOTALE DELLA CDM CON ALMENO UNA SCUOLA PRIMARIA SECONDARIA DI PRIMO GRADO E DI SECONDO GRADO | MEDIA DELLE STRUTTURE SCOLASTICHE RAGGIUNGIBILI PER COMUNE IN 30 MINUTI | VARIANZA DEL NUMERO DI IMPRESE TRA IL 2011 E IL 2017 | VARIANZA DEGLI ESERCIZI DI VICINATO TRA IL 2011 E IL 2018 | TASSO DI RICETTIVITÀ COMPOSITO | INCREMENTO DELLE SUPERFICI DI RIFORESTAZIONE TRA IL 1989 E IL 2018 | VARIANZA DELLA SUPERFICIE AGRICOLA TRA IL 1989 E IL 2018 | VARIANZA DELLA SUPERFICIE URBANIZZATA TRA IL 1989 E IL 2018 | QUOTA DI TERRITORIO COPERTO DA ALMENO UNA RETE MOBILE | QUOTA DI TERRITORIO COPERTO DA ALMENO UNA RETE FISSA |
|---------------------------|--|---------------------|-----------------------------------|---|--|---|--|---|--------------------------------|--|--|---|---|--|
| Classe di intensità alta | <-2.5% | >200 | >354.4 | 1 | tra 25% e 35% | <2 | <-5% | <-10% | >5 | >25% | <-20% | >25% | <80% | <60% |
| Classe di intensità media | tra -2.5% e -1% | tra 150 e 200 | tra 354.4 e 341.1 | tra 2 e 5 | tra 35% e 60% | tra 2 e 5 | tra -5% e -2.5% | tra -10% e -5% | tra 2.5 e 5 | tra 10% e 20% | tra -20% e -5% | tra 10% e 25% | tra 80% e 90% | tra 60% e 70% |
| Classe di intensità bassa | tra -1% e 0% | tra 150 e 100 | <341.1 | >5 | >60% | >5 | tra -2.5% e 0% | tra -5% e 0% | <2.5 | <10% | tra -5% e 0% | <10% | >90% | >70% |
| Fenomeno non presente | >0% | / | / | / | / | / | >0% | >0% | / | / | / | / | / | / |

Fonte: https://www.consiglio.regione.lombardia.it/wps/wcm/connect/605720d8-e12b-454f-84b5-385b4a61e45c/MV_n26_InterventiTerritoriMontani_ExecutiveSummary_9lug2021.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-605720d8-e12b-454f-84b5-385b4a61e45c-nGFJukp

Un significativo esempio è l'Alta Valle Imagna, e in particolare di Corna Imagna, paese di 900 abitanti, che negli ultimi anni ha saputo far nascere importanti progetti di rilancio del territorio, come il Centro Studi Valle Imagna, la Bibliosteria di Ca' Berizzi e la Valle dei Cinque Campi. Il Centro Studi Valle Imagna, associazione culturale nata nel 1997 nel nome della difesa ambientale delle aree rurali e delle popolazioni montane, promuove ricerche, studi, convegni ed eventi e ha portato alla creazione della Bibliosteria di Ca' Berizzi, un curioso mix di cultura e sapori locali, con una ampia biblioteca che ospita un ristorante e alloggi. Ciò ha portato anche alla nascita del progetto della Valle dei Cinque Campi, su iniziativa dei comuni dell'Alta Valle, per creare insieme progetti di promozione turistica tramite il recupero e la valorizzazione degli appartamenti sfitti in valle, oltre a progetti di promozione agricola.

Covid e impatto sul turismo

La violenza e la rapidità con cui la pandemia di Covid-19 ha fatto irruzione nei territori di Bergamo, e in particolare nella Val Seriana, anche plausibilmente a causa dell'apertura globale della loro economia, ha fatto storia e le immagini di quei giorni hanno emozionato il mondo.

La Valle Seriana, che ha rappresentato il primo focolaio bergamasco per la diffusione del contagio da Covid- 19, conta un totale di oltre 130 mila abitanti. La Valle, presenta una distribuzione di popolazione e tipologie di insediamento diverse: la Bassa valle accoglie al suo interno centri di grandi dimensioni, principalmente localizzati sul fondo valle (come Alzano Lombardo, Nembro, Albino, Gazzaniga) o nei Comuni della valle laterale di Gandino e dell'Altopiano di Selvino; l'Alta valle ha Clusone quale centro di riferimento, circondato da un insieme di comuni medio-piccoli.

FONTE: https://cst.unibg.it/sites/cen06/files/2_rapporto_covid_19_def.pdf

Questo dimostra come la valle abbia avuto un grande potenziale nella diffusione del contagio. In Val Seriana infatti il 42,3% degli abitanti ha contratto il virus: i risultati dell'indagine sierologica promossa dai Comuni dell'Ambito Valle Seriana, in accordo con Ats Bergamo e Regione Lombardia, effettuata nel mese di luglio 2020 e che ha visto l'adesione di 22.559 soggetti, pari al 26,6% della popolazione maggiorenne, mostrano che il 42,3% dei soggetti testati è risultato positivo, con andamento crescente di positività dai 45 anni in su.

FONTE: https://www.quotidianosanita.it/studi-e-analisi/articolo.php?articolo_id=88472

I primi dati provvisori relativi al primo semestre del 2020 evidenziano il **forte impatto della pandemia sul turismo del territorio**. Confrontando i primi sei mesi dell'anno con lo stesso periodo del 2019 si evidenzia un calo di oltre il 63% per quanto riguarda gli arrivi e del 60% per le presenze. A fronte del crollo nei mesi di marzo e soprattutto aprile 2020, quando le strutture ricettive erano sostanzialmente chiuse, un timido segnale di ripresa si è registrato a maggio e, più deciso, a giugno. L'emergenza coronavirus ha impattato notevolmente anche sulla composizione dei turisti: nei primi 6 mesi del 2020 quasi due turisti su tre sono di nazionalità italiana (64,7% del totale degli arrivi è nazionale e il 66,8% delle presenze) a fronte di quasi uno su due dello scorso anno (55,8% per gli arrivi e 53,9% per le presenze). La ripresa del turismo nei mesi di maggio e giugno è infatti notevolmente sbilanciata a favore del turismo nazionale. Inoltre, i tempi di soggiorno in questi ultimi due mesi si sono allungati, segnale di una mobilità minore da parte dei turisti.

FONTE: https://www.provincia.bergamo.it/po/mostra_news.php?tags=&area=H&id=400

I dati del turismo nelle valli bergamasche nel 2020

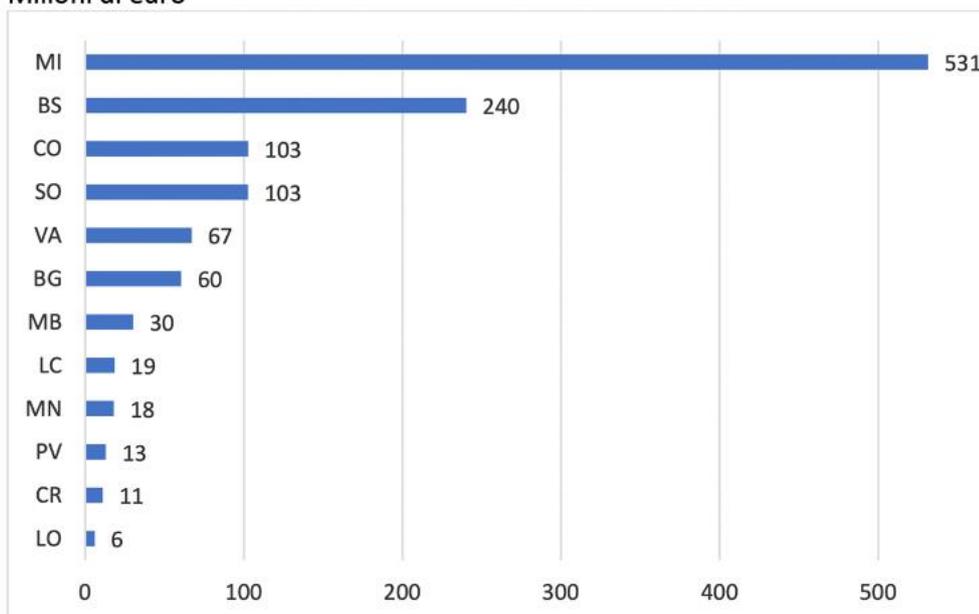
I dati della Valle Brembana – Nonostante l'impatto della pandemia, le località di montagna registrano comunque delle discrete performance. Gli arrivi in Valle Brembana sono calati del -30,9%, mentre le presenze hanno subito un calo del 38,4%. Anche il turismo straniero è in forte calo: -70% gli arrivi (da 3mila a soli 1.000) e -72,4 le presenze, mentre per quello italiano risulta essere più lieve, passando da 19mila arrivi del 2019 a 14mila attuali, con un calo del 24,2% e da 62mila a 40mila presenze, ovvero -34,3%.

I dati della Valle Imagna – Al contrario della vicina, la Valle Imagna ha subito in maniera più pesante gli effetti dell'emergenza sanitaria, registrando un forte calo sia negli arrivi(-67,1%) che nelle presenze (-51,6%). Anche l'afflusso turistico rileva cali importanti, soprattutto per quanto riguarda il turismo internazionale che vede gli arrivi al -85,8% (da 2mila a soli 300) e le presenze al -79,6% (da quasi 6mila del 2019 a 1.200 attuali).

FONTE: <https://www.lavocedellevalli.it/turismo-estivo-e-covid-turisti-piu-che-dimezzati-in-valle-imagna-in-valle-brembana-30/>

Secondo quanto quantificato da Banca d'Italia in termini di spesa media dei turisti stranieri per ciascuna regione e secondo un'analogha stima desumibile dalla rilevazione ISTAT sui Viaggi e vacanze degli italiani è possibile ricavare una quantificazione della spesa dei turisti sul territorio. Stante queste premesse è possibile quantificare la mancata spesa dei turisti in Lombardia in circa 1 miliardo e 200 milioni, dei quali 60 milioni a Bergamo.

Figura 11 - Mancata spesa dei turisti nelle province lombarde nel periodo marzo-maggio 2020. Stime. Milioni di euro



Fonte: elaborazioni Polis-Lombardia – Statistica su dati ISTAT. Anno 2019 dato provvisorio

FONTE: <https://www.polis.lombardia.it/wps/wcm/connect/09545c20-07b9-43b8-b571-bd284e1d677d/Polis-Lombardia+-+Report+turismo+e+covid+-+giugno+2020+%281%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-09545c20-07b9-43b8-b571-bd284e1d677d-nbbyCHO>

Anche per questo il Governo Italiano ha risposto positivamente alla proposta avanzata dalle città di Bergamo e Brescia (che tuttavia coinvolge e privilegia principalmente due capoluoghi a discapito del territorio bergamasco) decidendo di sostenere la loro candidatura con la nomina a Capitale Italiana della Cultura 2023, avvenuta con il Decreto “Rilancio”, in via straordinaria e in deroga rispetto alle normali procedure. Così facendo, ha aperto la possibilità di comporre un progetto che da una parte ambisce a restituire un senso possibile alla tragica esperienza pandemica e ai suoi lutti mentre dall'altra si impegna a raccogliere le energie di un territorio straordinario per comporre un disegno orientato al futuro e al rilancio, nel quale l'azione culturale agisca come catalizzatrice di innovazioni e visioni nei più diversi ambiti della convivenza.

FONTE: dossier Bergamo-Brescia Capitale della Cultura 2023

Albero dei problemi

| | | |
|---|---|------------------------------------|
| Aumento costi ambientali | Occupazione nel settore turistico contratta e disomogenea | Aumento costi sociali e di welfare |
| Peggioramento livello qualità della vita | Ricadute economiche circoscritte | Senso di comunità indebolito |
| Negativa percezione green del territorio Target di visitatori non intercettati | Ridotta permanenza media Presenze turistiche condensate | Percezione di insicurezza |
| Scarsa valorizzazione e fruizione sostenibile del territorio | Patrimonio culturale e naturalistico del territorio solo parzialmente valorizzato | Coesione sociale fragile |
|  Identità territoriale locale indebolita | | |

Albero degli obiettivi

| | | |
|---|--|--------------------------------------|
| Riduzione costi ambientali | Occupazione nel settore turistico incrementata e diffusa omogeneamente | Riduzione costi sociali e di welfare |
| Miglioramento livello qualità della vita | Ricadute economiche maggiori e diffuse su tutto il territorio | Percezione di sicurezza |
| Positiva percezione green del territorio Nuovi target di visitatori intercettati | Aumento permanenza media Presenze turistiche | Senso di comunità rafforzato |
| Maggiore valorizzazione e fruizione sostenibile del territorio | Patrimonio culturale e naturalistico del territorio maggiormente valorizzato | Coesione sociale irrobustita |



Identità territoriale locale rafforzata e unitaria

Analisi SWOT destinazione Smart Orobie

Punti di forza:

- Straordinaria accessibilità per la vicinanza al capoluogo lombardo, alle province meridionali della regione e all'aeroporto di Orio al Serio
- Presenza di strutture di promozione e comunicazione turistica finalizzate a valorizzare l'elevato potenziale turistico dell'area, dato da numerosi punti di forza tra cui la varietà degli ambienti naturali, il patrimonio artistico, l'offerta gastronomica, l'organizzazione di eventi di altissima qualità
- Paniere ricco di prodotti di qualità che spazia dall'Olio DOP dei Laghi Lombardi alle produzioni casearie d'alpeggio, passando attraverso le colture cerealicole e orticole, Eccezionale qualità e diversificazione delle produzioni casearie con diversi formaggi a Denominazione di Origine Protetta (Bitto, Formai de Mut, Strachitund), riconosciuti come presidi Slow Food (Stracchino all'antica, Agri) e compresi fra i Prodotti Agroalimentari Tradizionali della Regione Lombardia (formaggelle, stracchini, formaggi caprini, ecc. ecc.).
- Disponibilità di un sistema rurale diversificato sia in riferimento ai caratteri fisici e biologici sia in ordine alle dotazioni strutturali e infrastrutturali agricole che, con i nuclei residenziali sparsi con un notevole patrimonio culturale, concorrono a definire rilevanti e diversificati quadri paesaggistici che determinano la riconoscibilità dei luoghi e la loro attrattività turistica
- Presenza di un paesaggio di notevole rilievo anche sul piano culturale e ambientale, con ampie porzioni del territorio caratterizzate da habitat e specie di interesse comunitario che hanno motivato il riconoscimento di diverse Aree Natura 2000, oltre che la loro valorizzazione all'interno della Rete Ecologica regionale e provinciale
- Buon apprezzamento da parte degli operatori del settore delle iniziative di sviluppo locale che hanno interessato il comparto in questi ultimi anni, nonostante la debole spontanea interazione fra le diverse realtà imprenditoriali
- Ampie potenzialità di sviluppo del sistema di accoglienza e di ospitalità rurale
- Presenza di imprenditoria manifatturiera
- Presenza di strutture di coordinamento del sistema locale rappresentate dalle Comunità Montane
- Forte presenza del volontariato sociale e civile anche in forma autonomamente organizzate e strutturate

Punti di debolezza:

- Problemi di accessibilità interna all'area e verso i sistemi urbani di riferimento per i servizi e alla provenienza dei flussi turistici, stante la scarsa disponibilità di infrastrutture nelle zone più marginali e di collegamento con i nuclei sparsi.

- Scarsa propensione nella definizione coordinata di strategie di mercato che valorizzano in modo coeso e coordinato il territorio orobico
- Scarsa specializzazione e sviluppo delle competenze degli operatori turistici
- Debolezza della cultura dell'accoglienza e scarsa dotazione di idonee strutture
- Scarsa presenza e vitalità dell'imprenditoria turistica che opera in modo non coordinato
- Stagionalità di occupazione nel settore turistico
- Insufficiente strutturazione e organizzazione dei servizi turistici
- Scarsa valorizzazione del sistema della percorribilità e della fruizione ludico sportiva disponibile, all'interno di offerte turistiche strutturate
- Mancanza di un'immagine turistica dell'area riconoscibile in quanto tale
- Insufficiente strutturazione dell'offerta di servizi specie in ambito di turismo e di turismo rurale
- Dinamica demografica negativa nelle aree marginali interne
- Basso livello di scolarizzazione della popolazione e della forza lavoro
- Imprese artigiane del settore edile poco strutturate e con posizione di subalternità sul mercato
- Debole interazione tra gli attori imprenditoriali e istituzionali che operano nell'area
- Scarsa partecipazione della componente femminile nel mondo imprenditoriale
- Spopolamento dei nuclei e degli insediamenti periferici rispetto ai servizi
- Scarsa integrazione fra i settori produttivi e complementarità fra le offerte turistiche
- Scarso coordinamento fra le iniziative di promozione e di valorizzazione del sistema locale

Minacce:

- Una possibile mancanza di collaborazione da parte dei residenti locali (di contro, portando beneficio anche a questi ultimi - e non solo al turista - attraverso l'innovazione delle strutture, della connessione internet e l'allestimento di luoghi di aggregazione e di svago, questo aspetto può essere mitigato)
- Una possibile difficoltà a creare una rete di stakeholders locali, in quanto manca un guadagno a breve termine.
- Possibile difficoltà a fornire servizi (es. connessione internet in alta montagna) e una comunicazione (es. livello di inglese nelle botteghe di montagna) adeguati
- Rischio di omologazione dell'offerta stante la mancanza di un'immagine capace di caratterizzare l'offerta turistica dell'area
- Difficoltà ad invertire la tendenza alla forte stagionalità dei flussi turistici concentrati in brevi periodi invernali ed estivi
- Difficoltà a concertare processi decisionali tra gli addetti del settore e i diversi attori pubblici a cui competono le scelte di programmazione dello sviluppo

Opportunità:

- Notevole aumento dei flussi turistici (soprattutto internazionali) e della permanenza media, attraendo target diversificati
- Possibilità di diventare un modello italiano di destinazione ospitale per i nomadi digitali

- Aumento delle attività imprenditoriali condotte da giovani in montagna (nel solco dell'attuale già presente trend, seppur ancora di portata limitata⁹), contando sulle attività di ampio coinvolgimento dei giovani
- Favorire lo sviluppo di filiere corte delle produzioni agroalimentari per incrementare il valore aggiunto a favore dei produttori attraverso la loro presenza diretta sul mercato che li metta in relazione con il consumatore favorendone le fidelizzazioni;
- Valorizzazione dell'area anche attraverso l'effetto di traino che può essere offerto dalle immagini e dai nomi già affermati
- Potenzialità di sviluppo delle PMI che adottino modelli di crescita e collaborazioni a rete che comprendano i diversi attori economici e sociali del sistema

| Trend emergenti (fonte: PST 2017-2022) | Azioni necessarie | Come saranno affrontati attraverso il progetto Smart Orobie |
|---|--|---|
| <p>Crescita del turismo mordi e fuggi: l'Italia, pur restando uno dei Paesi più attrattivi per i turisti, ha registrato un decremento della presenza media del turista. I giorni di permanenza media sono infatti diminuiti, passando da 4,1 a 3,6 giorni, nello stesso arco temporale.</p> | <p>Ripensare al modello di offerta turistica italiana ponendo al centro il concetto di qualità e, contemporaneamente, valorizzando l'immenso e articolato patrimonio materiale e immateriale</p> | <p>Nuovo modello di offerta turistica costruito sulle esigenze ed i trend emergenti dell'era post pandemica ed in grado di prolungare la permanenza media del visitatore attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● strutture altamente innovative e "smart" che permettano al turista di lavorare da remoto in alta quota ● una fitta rete di itinerari ed esperienze ben collegati tra loro attraverso mezzi di trasporto a basso impatto ambientale (a piedi o in bicicletta) che permettano al nomade digitale di spostarsi da una struttura all'altra (smart trekking) e di usufruire di servizi di qualità (prodotti km0, esperienze sportive/culinarie/culturali/eventi per il tempo libero, botteghe di prossimità, servizi legati alla logistica ed agli spostamenti...) e la promozione degli stessi anche attraverso pacchetti turistici dedicati ● una campagna di comunicazione ad hoc per la promozione della destinazione Smart Orobie quale luogo accogliente sia per la comunità sia per il turista, un |

⁹ <https://www.bergamonews.it/2022/02/21/agricoltura-1-110-000-euro-per-23-aziende-di-giovani-bergamaschi-19-sono-in-montagna/496266/>

| | | |
|---|---|--|
| | | luogo da vivere a 360 gradi ed in grado di rispondere alle diverse esigenze nate post pandemia da Covid-19 |
| I <u>prodotti personalizzati</u> prevalgono su quelli standard: è in atto una “trasformazione del cliente” che vede come elemento principale la ricerca di esperienze coinvolgenti e memorabili. I valori fondanti della cosiddetta economia dell’esperienza riguardano istanze quali l’ <u>entertainment</u> nel senso dello stare in un contesto specifico; l’ <u>educational</u> ovvero l’apprendimento; l’ <u>active</u> che si sostanzia nel fare; l’ <u>aesthetic</u> che attiene direttamente l’essere | Fornire <u>risposte flessibili</u> nell’ambito di una visione che si sostanzia in soluzioni integrate e in servizi di rapida erogazione anche attraverso le <u>nuove tecnologie</u> da parte di chi costruisce l’offerta turistica, puntando su caratteristiche quali la velocità di cambiamento, la centralità dell’“esperienza” e la pervasività. | La destinazione Smart orobie sarà in grado di offrire al turista la possibilità di <u>comporre a proprio piacimento la propria vacanza</u> : il contenuto sarà altamente personalizzato attraverso la composizione di un soggiorno cucito su misura in base ai propri gusti e necessità. Ciò potrà essere effettuato da casa, già nelle prime fasi del customer journey, attraverso il sito internet di destinazione (il quale sarà completamente interoperabile con il TDH), attraverso semplici e intuitivi click. Inoltre, il sito prevederà anche una sezione dedicata alla “mappa emozionale”: il visitatore potrà scegliere le esperienze in base all’emozione scaturita da quest’ultime. Il percorso di formazione e coinvolgimento degli operatori locali sarà inoltre necessario per creare esperienze che siano uniche, piacevoli, educative, curate nei dettagli ed in grado di rispondere alle esigenze del turista moderno. |
| E’ sul <u>web</u> che si decide e si acquista: Internet costituisce in assoluto il canale più utilizzato per prenotare, trovare informazioni necessarie per prendere decisioni d’acquisto e condividere esperienze e valutazioni con lo sterminato pubblico di utenti collegati attraverso i social network. | Rendere il comparto turistico maggiormente high-tech Adottare un approccio <u>digital-first</u> per venire incontro alle esigenze dei viaggiatori | La destinazione Smart Orobie verrà definita tale proprio per l’approccio smart della stessa il quale prevede: <ul style="list-style-type: none"> ● strutture attrezzate ed in grado di fornire servizi digitali al turista (connessione veloce, spazi polifunzionali...) in bassa ed in alta quota (seconde case, rifugi, hotel, agriturismo...) ● Delivery km0 ● infopoint moderni e innovativi attraverso l’installazione di social walls e realtà aumentata ● Canali social di destinazione ● Sito internet mobile responsive, interoperabile con TDH e inclusivo comprendente di: |

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ○ Pagina/banner “Componi la TUA vacanza” ○ Mappa emozionale ○ Piattaforma in grado di visualizzare strutture aderenti alla rete Smart Orobie ○ Sezione “luoghi ed esperienze del cuore” (esperienze più cliccate/acquistate) ○ Brevi video emozionali, di narrazione, storytelling, autenticità (prendendo spunto e ispirazione dalle best practices di visit Finland, visit Puglia) |
| <p>La <u>sharing economy</u> sta cambiando il mondo: piattaforme e community</p> | <p>Potenziale di crescita del comparto, soprattutto con riferimento a territori dove la scarsa massa critica delle strutture ricettive o la carenza di infrastrutture comporta oggi uno <u>svantaggio competitivo da colmare</u></p> | <p>La destinazione Smart Orobie intende mettere in atto un vero e proprio <u>avvicinamento tra persone sconosciute e una ricerca di esperienze personali più rappresentative</u> attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Il concetto di co-living: le strutture aderenti alla rete dovranno prevedere anche degli spazi dedicati alla socializzazione ed alla condivisione delle esperienze personali e professionali dei nomadi digitali che ne fruiscono (concetto di co-living, un nuovo concetto di abitare, di relazionarsi e di vivere a contatto con persone che condividono una stessa filosofia di vita e amano trovare nuovi stimoli per raggiungere i propri obiettivi personali e professionali, in un luogo e in un contesto capaci di sostenere questo processo) ○ L’offerta di esperienze autentiche proposte dai locali, le quali saranno promosse e acquistabili dal sito: tour guidati che svelano i segreti del borgo, cene organizzate a casa di persone del |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>posto, attività tradizionali e d'artigianato, corsi di cucina etc</p> <p>I turisti potranno in questo modo connettersi con le comunità locali in maniera diretta, dal momento della prenotazione fino a quello dell'incontro, generando un senso più stretto di appartenenza alla destinazione.</p> |
|--|--|--|

Il progetto risponde inoltre ai nuovi trend emergenti rilevati da Booking.com¹⁰ per l'anno 2022 quali in particolare:

- Viaggiare per stare bene: prendersi cura di sé stessi, evadere e vedere il mondo per il proprio benessere psicofisico
- Come la prima volta: rivivere piaceri semplici, come prendere il sole, trovarsi in riva al mare o a un lago, muoversi con i mezzi pubblici
- Maggiore senso comunitario: esperienze genuine e rappresentative della cultura autentica del luogo ed assicurarsi che l'impatto del viaggio vada a beneficio della comunità della destinazione
- Incontrare persone: la vacanza come opportunità per fare amicizia
- Capacità di cogliere le occasioni al volo: aumento di viaggi last minute e prenotazioni all'ultimo minuto attraverso il ruolo fondamentale della tecnologia

Obiettivi generali e obiettivi specifici

Sulla base dell'analisi di contesto e dei bisogni effettuata, si riportano di seguito obiettivi generali e obiettivi specifici del progetto Smart Orobie.

Obiettivi generali:

1. **Rilanciare il territorio delle Orobie bergamasche** quale destinazione turistica green e smart rispondendo alla necessità non solo di investire in nuovi modi ed esperienze di fruizione del territorio prolungando la permanenza media del visitatore a fronte dei cambiamenti climatici in atto e delle nuove esigenze emerse da parte dei turisti nell'era post Covid-19, ma anche e soprattutto dall'urgenza di destagionalizzare e superare l'attuale condizione di parcellizzazione dell'offerta turistica attualmente presente sul territorio
2. **Sostenere le attività imprenditoriali in rete** per la valorizzazione turistica delle Orobie bergamasche anche attraverso il potenziamento delle infrastrutture esistenti per garantire una fruizione sostenibile a livello economico, sociale e ambientale del territorio
3. **Sostenere la crescita sostenibile del turismo della montagna orobica bergamasca** innescando una strategia win-win in grado di sostenere e presidiare l'economia montana, garantire il presidio idro-geologico ed evitare lo spopolamento in particolare dei piccoli centri di paese e borghi storici

¹⁰ <https://news.booking.com/bookingcom-travel-predictions-2022/>

Obiettivi specifici:

1. Creare la **rete SMART OROBIE**, la quale sarà composta da:
 - soggetti interessati a riqualificare immobili di proprietà attualmente non o parzialmente utilizzati, al fine di mettere a sistema diversi spazi di cui possano usufruire turisti e locali, in particolare i nomadi digitali e gli smart trekkers attraverso la definizione di un disciplinare specifico (spazi polifunzionali, spazi dedicati allo smart working, videoconferenze, sale riunioni etc);
 - realtà enogastronomiche che offrano servizi legati alla cucina orobica ovvero piatti tradizionali o rivisitazioni innovative degli stessi con ingredienti km0 ed un sistema di Delivery km0 attraverso la definizione di un disciplinare specifico e l'ampliamento dell'esistente app BGEat e Ristora Bergamo;
2. **Creare itinerari ed esperienze uniche in chiave green**, nuove proposte turistiche di esperienza vera, unica e irripetibile attraverso la formazione e il coinvolgimento degli operatori e delle micro e PMI del territorio facendo leva su diverse macro progettualità a livello provinciale già in fase di realizzazione (www.orobikeando.it, dedicato alla promozione delle orobie bergamasche e delle annesse eccellenze agroalimentari attraverso la mobilità ciclabile e Terre Alte Experience - creazione di un itinerario esperienziale e di mobilità sostenibile tra Bergamo e Brescia che leghi i due territori passando per le Terre Alte e che permetta di scoprire alcuni tesori nascosti), i quali faranno da traino per lo sviluppo e/o il coinvolgimento di ulteriori progettualità a livello locale già attive o in programma;
3. Creare di **nuovi pacchetti turistici** basati sui nuovi trend utilizzando i nuovi itinerari ed esperienze sviluppati dal progetto e mettendo a sistema quante già presenti facendo leva su una nuova generazione di imprenditori innovativi già presenti sul territorio seppur in modo parcellizzato (glamping, raccolta della frutta, raccolta dello zafferano, colazione in malga...). Ciò sarà reso possibile attraverso la formazione ed il coinvolgimento degli operatori e delle PMI del territorio così come degli operatori turistici;
4. Contrastare lo spopolamento e la mancanza di servizi lavorando per creare una **destinazione il più possibile human centered**, attraverso il coinvolgimento della comunità locale quale prima promoter di destinazione (sharing economy) così come delle botteghe di montagna, le quali diventeranno infopoint diffusi sul territorio;
5. Adottare una **strategia di comunicazione e promozione** ad hoc e in grado di rispondere alle esigenze del turista post pandemia, in particolare rivolgendosi alle generazioni Y e Z (digital first, vacanza cucita su misura, mappa emozionale, piattaforma smart Orobie, interoperabilità con TDH e APP Italia.it)

| Esigenze dei gruppi target | | Come verranno soddisfatte |
|---------------------------------------|--|--|
| Micro, piccole e medie imprese | Imprese turistiche, agrituristiche: Multifunzionalità, offerta di nuovi servizi, utilizzo spazi di proprietà attualmente non in uso | Riqualificazione spazi per ospitare i nomadi digitali, destagionalizzazione, offerta nuovi servizi |

| | | |
|---------------------------|--|--|
| | <p>Botteghe di montagna: multifunzionalità, necessità di rinnovarsi e reinventarsi per evitare la chiusura, coinvolgere le nuove generazioni per tramandare il mestiere</p> | <p>Percorso di coinvolgimento e formazione dedicato a questo segmento poiché le botteghe diventano infopoint diffusi sul territorio e possano offrire nuovi servizi ed esperienze. Percorso di coinvolgimento della comunità locale, in particolare giovani</p> |
| | <p>Operatori turistici: necessità di innovare la propria offerta e metterla a sistema con il territorio, destagionalizzazione</p> | <p>Percorso di experience design: come costruire esperienze di valore partendo dalle peculiarità del territorio e della propria impresa Messa a sistema dell'offerta turistica esistente e di quella sviluppata con il progetto attraverso sito, mappa emozionale, social media strategy, calendario condiviso...</p> |
| Consorzi turistici | <p>Migliore e rinnovato servizio al turista/visitatore, maggiore coinvolgimento dei propri operatori turistici, aumento del nr e della qualità di esperienza da proporre al turista</p> | <p>Percorso di coinvolgimento e formazione degli operatori, creazione di nuove esperienze e pacchetti turistici, infopoint più moderni in risposta alle esigenze dei millennials e generazione z. Ventaglio più ampio di esperienze da proporre e promuovere, maggior soddisfazione del turista, aumento flussi e permanenza media</p> |
| Comunità locale | <p>Necessità di maggiore coesione sociale, spazi di aggregazione e condivisione soprattutto nell'era post covid, necessità di vivere in un territorio più attrattivo, vivo e generativo.</p> | <p>Percorso di coinvolgimento e sensibilizzazione della comunità, in particolare dei giovani. Possibilità di spazi di co-working e aggregazione con nomadi digitali provenienti da tutto il mondo, maggiori servizi ed esperienze per vivere il territorio, il quale diventa più attrattivo per le nuove generazioni ("restanza").</p> |

Complementarietà con altre azioni e innovazione

Il progetto Smart Orobie intende promuovere l'intero territorio delle Orobie bergamasche nel suo complesso facendo leva su diverse progettualità già in essere, le quali sono:

Progetto Orobikeando – www.orobikeando.it

Il progetto si propone di definire una strategia coordinata di sviluppo rurale per mezzo della valorizzazione delle eccellenze agroalimentari presenti nell'area orobica bergamasca e valtellinese tramite il consolidamento e la promozione della rete dei percorsi di mobilità lenta che mettano in collegamento, attraverso i passi storici, il territorio bergamasco con il versante valtellinese. Si tratta di un progetto di ampio respiro territoriale, il cui obiettivo prioritario è quello di creare opportunità di sviluppo e crescita per le aree rurali interessate dall'intervento, valorizzando le produzioni agroalimentari del territorio, le ricchezze enogastronomiche, paesaggistiche, culturali.

Il progetto è promosso da 4 GAL, ciascuno responsabile della propria area di riferimento: GAL Valtellina Valle dei Sapori, GAL Valle Brembana 2020, GAL Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi, GAL Colli di Bergamo e del Canto Alto.

Il progetto ha prodotto uno studio di fattibilità ovvero un piano di intervento per la realizzazione di una rete cicloturistica in grado di collegare le aree del territorio di riferimento valorizzando il patrimonio agroalimentare e le produzioni tipiche di qualità. Lo studio è composto da tre fasi: inquadramento ed analisi di mercato; rilievo dei percorsi, dei punti d'interesse e delle risorse del territorio; individuazione degli itinerari e di eventuali interventi ad essi collegati e definizione del modello di governance.

Il progetto Smart Orobie prevede, partendo dallo studio di fattibilità realizzato e già condiviso con gli enti e gli operatori coinvolti, dare attuazione al progetto per quanto riguarda il territorio orobico bergamasco focalizzandosi sulla rete di percorsi già esistente e fruibile (per gli interventi relativi ai percorsi da riqualificare il partenariato si sta impegnando nella ricerca di ulteriori bandi di finanziamento dedicati alla mobilità ciclistica. Inoltre, i GAL e le 2 Province stanno valutando la possibilità di un accordo di programma con Regione Lombardia). All'interno del progetto Smart Orobie si prevede quindi un'azione di valorizzazione dei percorsi esistenti utilizzando lo studio di fattibilità del progetto ed andando a valorizzarli attraverso una cartellonistica comune e digitale (Qr code) ed introducendo eventuali servizi di base di supporto al cicloturismo laddove mancanti (colonnine di ricarica/manutenzione). Inoltre verrà capitalizzata la rete di aziende agricole e agrituristiche già coinvolte nel progetto per la rete Smart Orobie ed il percorso di formazione e accompagnamento che le hanno viste coinvolte attraverso lo studio sulle produzioni agroalimentari.

Progetto Terre Alte Experience

Il progetto, promosso da Università degli Studi di Bergamo, Orobistyle e Provincia di Bergamo, intende sviluppare un itinerario esperienziale e di mobilità sostenibile tra Bergamo e Brescia che leghi i due territori passando per le Terre Alte e che permetta di scoprire alcuni tesori nascosti, accompagnando il visitatore a scoprire alcune eccellenze delle valli orobiche per arrivare da ovest a est all'Alto Sebino bresciano, per poterne apprezzare i saperi tradizionali legati all'uso delle risorse mediante l'incontro con gli attori del territorio impegnati nella tutela e valorizzazione dei paesaggi, luoghi, risorse e prodotti locali attraverso forme di imprenditoria innovativa. Il progetto è in fase di realizzazione e verrà ultimato nella primavera del 2023 in vista di Bergamo-Brescia Capitali della Cultura. Il progetto Smart Orobie intende capitalizzare l'itinerario realizzato per fare in modo che quest'ultimo possa essere reso permanente anche successivamente all'evento sopraccitato, in

quanto si tratta di un tassello importante per la costituzione dell'offerta turistica green e smart della destinazione Smart Orobie (itinerari di mobilità sostenibile tra diversi punti cardine della montagna bergamasca accompagnati da esperienze uniche e genuine rafforzando allo stesso tempo l'identità locale del territorio).

Ulteriori progettualità complementari che andranno ad integrarsi e a massimizzare l'impatto e di risultati del progetto

Progetto S.T.A.I.: Il progetto si collega a Bergamo-Brescia capitale della Cultura Italiana 2023; l'obiettivo generale è quello di sfruttare la visibilità dell'evento per dare rilevanza al tema del Turismo Inclusivo come leva strategica per valorizzare e incrementare l'attrattività, l'accessibilità e l'accoglienza per tutti di questo territorio e delle iniziative che ospita. La platea di riferimento è costituita in particolare da: persone con disabilità motoria permanente o temporanea; persone con disabilità visiva e uditiva; persone con disabilità cognitiva; persone anziane; famiglie con bambini; donne in gravidanza; persone con intolleranze alimentari. Le azioni di progetto pongono quindi l'attenzione sull'eterogeneità (in termini di aspettative e bisogni) dei turisti con fragilità, puntando al raggiungimento di una fruizione dell'esperienza turistica il più possibile autonoma. Si ambisce dunque a rendere il territorio di Bergamo e Brescia (e delle rispettive province) attraente e accogliente a 360 gradi per i potenziali turisti con disabilità ed esigenze specifiche; occasione per proporre un modello di turismo inclusivo per le aree montane e lacustri. Quindi non solo di connotazione urbana, ma riferito a territori tradizionalmente ostici dal punto di vista dell'accessibilità e fruibilità universale. La sfida del progetto sta anche nell'ambizione di porre l'attenzione su luoghi dotati di grandi potenzialità, ma appartenenti alla categoria delle "aree interne", territori extraurbani esclusi dai grandi flussi turistici. Tra di esse rivestono particolare rilevanza all'interno del progetto, i luoghi interessati da due grandi opere previste da Brescia-Bergamo Capitale della Cultura: la Ciclovia culturale Bergamo-Brescia e il Cammino Brescia-Bergamo. Si tratta di due interventi infrastrutturali che attraversano e connettono idealmente e fisicamente le due Province. L'obiettivo dell'inclusione non è inoltre rivolto solo ai turisti, ma anche agli operatori, promuovendo percorsi di inserimento di persone con disabilità con diversi ruoli all'interno della filiera occupazionale nel settore turistico. Il progetto intende coinvolgere gli attori del territorio al massimo grado: i soggetti pubblici e privati che fanno parte del tessuto turistico dei territori interessati dal progetto (molti di questi partner del progetto Smart Orobie), ma anche le realtà associative attive a livello locale sui temi della disabilità, valorizzando e mettendo in rete le diverse iniziative già presenti. Il progetto è promosso da Visit Bergamo insieme ad una fitta rete di soggetti comprendente anche la Provincia di Bergamo. Da notare che una delle principali azioni del progetto STAI è proprio quella di incrementare l'accessibilità dei servizi turistici nelle Valli bergamasche e dei sentieri su tutto il territorio provinciale. E' importante inoltre evidenziare, quale punto di forza del progetto, la promozione di un protocollo d'intesa dedicato al tema del turismo accessibile da parte della Provincia di Bergamo, sottoscritto già nell'anno 2017. Quest'ultimo si pone come obiettivi primari la promozione dell'accoglienza e la diffusione di servizi per l'ospitalità di persone con disabilità e /o in situazione di fragilità fisica, psichica o sociale presso strutture residenziali, turistiche, parchi e ambienti esterni, ma anche strutture pubbliche, musei, e ogni luogo fisico e virtuale aderisca al progetto così come la costituzione di una rete di partner tra enti pubblici, associazioni ma soprattutto operatori commerciali nell'ambito turistico che, stante la propria mission, si impegnino ad allargare e includere nei propri progetti azioni che incentivano l'offerta di

propri beni e servizi per l'ospitalità, il turismo e l'accoglienza di persone con disabilità o/e di soggetti fragili. E' inoltre stato sottoscritto un nuovo accordo con lo scopo di promuovere lo sviluppo e la diffusione di una cultura del turismo accessibile ed inclusivo, al fine di garantire una migliore ospitalità di persone in situazione di fragilità e delle loro famiglie e rendere quindi il territorio provinciale maggiormente attrattivo e coeso nelle azioni future in rete. Quest'ultimo si compone di una vasta rete di attori pubblici e privati presenti sul territorio provinciale. Il progetto Smart Orobie non prevede specifiche azioni progettuali legate al tema dell'inclusione proprio perché già presenti all'interno del progetto STAI.

Una montagna di botteghe: proposto dai GAL Bresciani e Bergamaschi, focalizza la propria attenzione sulle piccole attività commerciali dei paesi di montagna, intese non più come semplici punti di acquisto di beni, ma come luoghi di incontro, scambio e cultura locale. L'obiettivo è sostenere e rafforzare l'attività degli operatori coinvolti, attraverso un'accurata azione di animazione e networking, sviluppando soluzioni pratiche e innovative, volte alla valorizzazione del ruolo sociale e dell'importanza multifunzionale delle botteghe di montagna. Il progetto, in linea con la strategia di sviluppo locale proposta dai GAL Partner, vuole dare nuova centralità alle aree marginali e svantaggiate dei territori coinvolti. Costruendo a piccoli passi una rete efficace di collaborazioni e sinergie, si vuole mettere in comunicazione: Le botteghe di montagna e le filiere produttive locali; I prodotti tipici ed il turismo rurale, I conduttori e le istituzioni coinvolte nel progetto (Comunità Montane, Parchi oltre alla stessa Regione). L'intento principale è innescare progettualità a favore dello sviluppo locale, sociale, economico e culturale, che nel lungo periodo diventino capaci di autosostenersi e autorigenerarsi, trovando piena realizzazione nel miglioramento della qualità della vita della comunità residente. Il progetto fornirà un notevole supporto per le azioni di coinvolgimento delle botteghe di montagna e dei piccoli esercizi commerciali previste nel wp 4, garantendo anche un ampio bacino d'utenza già mappato dal quale attingere.

Bergamo Creative city of Gastronomy: ad ottobre 2019 Bergamo è stata designata dall'UNESCO Città Creativa della Gastronomia (Creative City of Gastronomy) grazie al valore trainante della produzione casearia del territorio montano delle Cheese Valleys, le valli orobiche (Bergamo è l'unica provincia italiana ed europea con ben 9 D.O.P. casearie). L'UNESCO ha inteso valorizzare non solo l'eccellenza in ambito caseario, ma riconoscere l'impegno e la creatività di Bergamo e del suo territorio nell'intera filiera agro-alimentare, dalla produzione, trasformazione, conservazione, fino alla tavola del consumatore. È un riconoscimento anche della capacità bergamasca di mettere a frutto i saperi tradizionali per valorizzarli e fare innovazione che poi si trasforma in valore economico. La città fa ora parte della rete mondiale delle Città Creative dell'UNESCO (UCCN) creata per promuovere la collaborazione tra le Città Creative, che contribuiscono anche al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. L'attività è rivolta alla realizzazione dei progetti inseriti nel dossier di candidatura e che coinvolgono non solo la città di Bergamo, ma anche il territorio orobico bergamasco. Da evidenziare che la quasi totalità dei partner aderenti al progetto Smart Orobie hanno manifestato il proprio sostegno al progetto Bergamo Creative City attraverso la sottoscrizione di un protocollo d'intesa¹¹. Inoltre Bergamo Creative City

¹¹ https://www.bergamocittacreativa.it/wp-content/uploads/2019/06/protocollo_intesa.pdf

of Gastronomy ha recentemente confermato il suo sostegno al progetto Orobikeando¹². All'interno del progetto Smart Orobie, pertanto, il marchio Bergamo Creative City verrà potenziato attraverso il suo utilizzo all'interno del disciplinare che caratterizzerà le strutture ristorative aderenti alla rete smart orobie e legate alla cucina orobica nonché al sistema di Delivery km0 attraverso l'app BGEat e Ristora Bergamo.

East Lombardy: è il marchio della regione gastronomica della Lombardia orientale formata dai territori di Bergamo, Brescia Cremona e Mantova. Il marchio EAST Lombardy rappresenta una filiera di ristoratori alla continua ricerca dei migliori ingredienti per proporre ai loro clienti un'esperienza di gusto unica, con una meticolosa attenzione nella scelta e nell'individuazione dei produttori della Lombardia Orientale (formata dai territori di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova), che hanno fatto della sostenibilità, della biodiversità e della qualità, una scelta di vita. E' un luogo di consapevolezza e di responsabilità che unisce Bergamo, Brescia Cremona e Mantova e i loro territori nella selezione di esperienze di gusto attraverso l'identificazione di produttori e ristoratori che hanno fatto della sostenibilità una scelta di vita. Obiettivi del progetto sono lo sviluppo di un marchio di garanzia di qualità, biodiversità e sostenibilità, la crescita di una cultura di una promozione reciproca fra produttori e ristoratori che aderiscono alla filiera EAST Lombardy, il favorimento di relazioni e incontri fra ristoratori e produttori dell'intera Lombardia Orientale con attenzione anche nei confronti delle piccole produzioni, la proposta a livello internazionale di una destinazione turistica enogastronomica attraverso continue azioni di comunicazioni legate al marchio EAST Lombardy. E' il saper fare dei produttori e ristoratori che permette di interpretare i valori di East Lombardy nella creazione di ricette capaci di unire tipicità e innovazione che fanno di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova una regione gastronomica unica al mondo. Dal 2022 East Lombardy ha aperto un infopoint enogastronomico denominato Taste & Buy all'interno dell'area partenze dell'aeroporto di Milan-Bergamo BGY, dove è possibile degustare e acquistare prodotti tipici dei produttori selezionati di East Lombardy, al fine di diffondere la cultura enogastronomica e promuovere la filiera agroalimentare della Lombardia Orientale. La rete di produttori e ristoranti aderenti al progetto East Lombardy rappresenta un bacino consolidato dal quale attingere per selezionare la rete di quelle strutture che possano offrire servizi legati alla cucina orobica (rete Smart Orobie) ovvero prodotti tipici e piatti tradizionali, o rivisitazioni innovative degli stessi con ingredienti km0 attraverso la definizione di un disciplinare specifico, che potrebbe essere sviluppato partendo, quale punto di partenza, proprio dal manifesto di East Lombardy: <https://www.eastlombardy.it/it/manifesto/>, ed il quale inoltre comprenderà anche il disciplinare sviluppato dalla Camera di Commercio di Bergamo <https://www.bg.camcom.it/bergamo-citta-dei-millesapori/approfondimenti/disciplinari-di-produzione>

Malga Amica: Il progetto, promosso da Orobiestyle (partner di progetto della presente proposta) intende proporre un nuovo approccio al tradizionale sistema delle malghe e degli alpeggi che, in questi ultimi decenni, e' andato incontro a un progressivo abbandono. Esso stimola la nascita di un IMPRENDITORE – ALLEVATORE 2.0 che ha un identikit professionale che lo rende protagonista del cambiamento, conoscitore delle tecnologie di allevamento e piccole produzioni ma al contempo aperto all'ospitalità verso il turista che diventa vero sostenitore della vita in montagna. La malga si trasforma in un laboratorio di esperienze nel quale al tradizionale lavoro dell'allevatore e

¹² https://orobikeando.it/wp-content/uploads/2022/03/CS_Orobike_Bergamo_Citta%CC%80_Creativa_UNESCO_gastronomia.pdf

dell'agricoltore si affianca uno staff composto da giovani agricoltori, studenti e operatori, ai fini di proporre ai turisti: pernottamenti, visite guidate in stalla, laboratori, degustazioni, visite didattiche, raccolta di funghi ed erbe alimurgiche, stage o vacanze attive in malga, corsi di orienteering, noleggio e-bike e ciaspole, info point. Nell'estate 2022 è iniziata la prima fase attuativa del progetto attraverso la promozione della prima malga pilota, la Malga dell'Alpe Neel, di proprietà della Provincia di Bergamo, attraverso eventi ed esperienze dedicate. Questa malga è stata censita tra le possibili strutture che aderiranno alla rete Smart Orobie e che ospiteranno i nomadi digitali.

Il progetto Smart Orobie può inoltre contare sull'esistenza di **diversi protocolli d'intesa e accordi già in essere tra stakeholders del territorio**, in particolare:

- **Osservatorio della montagna**, coordinato e promosso dalla Provincia di Bergamo; strumento necessario per rilanciare e sostenere i territori montani oltre che per raccogliere le loro istanze. Organismo collegiale al quale partecipano: Provincia di Bergamo, CM Val Seriana, CM Valle Brembana, CM Valle Imagna, CM Valle di Scalve, CM Laghi Bergamaschi, Sezione di Bergamo CAI, Parco delle Orobie Bergamasche, Consorzio BIM del Lago di Como e Fiumi Brembo e Serio, Consorzio BIM del Fiume Oglio, GAL Valle Seriana e Laghi Bergamaschi, GAL dei Colli di Bergamo e del Canto Alto, GAL Valle Brembana 2020, Uncem.
- Protocollo d'intesa tra i soggetti aderenti all'osservatorio per le montagne bergamasche per la **"tutela e valorizzazione del patrimonio sentieristico bergamasco"** il quale intende favorire ogni azione coordinata, integrata e trasversale per la valorizzazione del patrimonio di sentieri escursionistici, percorsi culturali, rurali, tematici e turistici delle Orobie e del territorio bergamasco e i cui soggetti aderenti sono: Provincia di Bergamo, Comunità Montana Valle Brembana, Comunità Montana Valle Imagna, Comunità Montana Valle Seriana, Comunità Montana Valle di Scalve, Comunità Montana dei Laghi Bergamaschi, Sezione CAI di Bergamo, Parco regionale delle Orobie Bergamasche, Consorzio BIM del Lago di Como e Fiumi Brembo e Serio, Consorzio BIM del Fiume Oglio, GAL Valle Seriana e dei Laghi bergamaschi, GAL Valle Brembana 2020, GAL dei Colli di Bergamo e del Canto Alto;
- Protocollo d'intesa per un **turismo accessibile e inclusivo**, il quale ha lo scopo di promuovere lo sviluppo e la diffusione di una cultura del turismo accessibile e inclusivo al fine di garantire una migliore ospitalità di persone in situazione di fragilità e delle loro famiglie e rendere quindi il territorio provinciale maggiormente attrattivo e coeso nelle azioni future in rete e i cui soggetti aderenti sono: Provincia Di Bergamo, Comune Di Bergamo, Comunità Montana Valle Seriana, Comunità Montana Valle Di Scalve, Comunità Montana Valle Imagna, Comunità Montana Valle Brembana, Comunità Montana Dei Laghi Bergamaschi, Parco Delle Orobie Bergamasche, Agenzia Per Lo Sviluppo E La Promozione Turistica Della Provincia Di Bergamo, Confcooperative Bergamo, Legacoop Lombardia, Coordinamento Bergamasco Per L'inclusione A.P.S., CAI Bergamo, Anmic Bergamo, Ascom Bergamo - Confcommercio Imprese Per l'Italia, Confesercenti Bergamo, Rete Lynx, Associazione Bergamo AAA, GAL Valle Seriana E Dei Laghi Bergamaschi, GAL Valle Brembana 2020, GAL Dei Colli Di Bergamo E Del Canto Alto.
- **Protocollo d'intesa per un turismo montano accessibile, sostenibile e responsabile tra il Ministero del Turismo (MITUR) e il Club Alpino Italiano (CAI)**: L'attività del CAI è ritenuta strategica per il rilancio del turismo montano, sia escursionistico che alpinistico, e la comune attenzione per la montagna quale patrimonio da difendere anche in termini di sostenibilità,

con interventi non sporadici ma strutturali, e con una visione di lungo periodo. Il grande valore del Sentiero Italia CAI, che con i suoi 7900 chilometri attraversa le montagne italiane, da Santa Teresa Gallura in Sardegna a Muggia, in provincia di Trieste, e che sarà inserito nel nuovo portale nazionale del turismo, grazie all'impegno e all'opera volontaria dei soci e delle socie del Sodalizio per la sentieristica, cultura e formazione alla montagna.

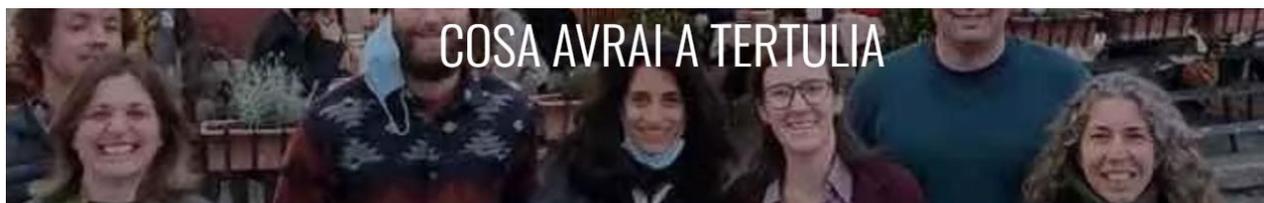
- **Protocollo d'intesa per la valorizzazione del turismo montano sostenibile tra il Ministero dei beni e le attività culturali e per il turismo (MIBACT) e il Club Alpino Italiano (CAI):** Il protocollo è centrato sul potenziamento della rete sentieristica e dei rifugi montani, con una serie di azioni condivise tra il MIBACT e il CAI per la promozione, in ambito nazionale e internazionale, dell'offerta turistica, nello specifico di quella montana, attraverso la valorizzazione dei percorsi escursionistici, con speciale riferimento al Sentiero Italia CAI.

Progetti e best practices a livello nazionale ed internazionale

Il progetto Smart Orobie si ispira ad alcune good practices nazionali ed internazionali, in particolare:

Tertulia - <https://tertulia.farm/>

- Creazione di spazi coliving e coworking in contesto rurale/montano ideale per lavoratori in remoto, nomadi digitali e nomadi creativi.



Comincia ad immergerti nell'atmosfera del coliving nel bosco: leggi in questa pagina tutto quello che avrai nel tuo soggiorno a Tertulia, cosa potrai fare stando qui e partendo da Tertulia per escursioni in giornata o fine settimana.

Cosa è incluso



Coliving & ruralcoworking

Scopri qui cosa avrai a disposizione al coliving Tertulia: dalle camere con bagno curate e comode alla sala coworking e gli spazi comuni, tutto coperto da una buona connessione wifi. E in più i servizi di housekeeping. Energia rinnovabile al 100% per acqua calda, elettricità e riscaldamento.



Cucina e cibo

La cucina Con-Vivio attrezzata come a casa è a tua disposizione: cucinare e mangiare in compagnia, ascoltando una buona musica, è un modo fantastico per conoscersi e per scambiare, un momento prezioso in cui tutti si incontrano dopo la giornata di lavoro. In più avrai a disposizione le verdure del nostro orto e le uova fresche!



L'esperienza

A Tertulia incontrerai altre persone, i colivers e i residenti: dopo pochi giorni ti sentirai come a casa! Siamo in mezzo al bosco e alla natura incontaminata, le notti stellate e di luna piena, i suoni del bosco, i colori e le passeggiate dalla porta di casa saranno parte della tua giornata! Una esperienza di incontro, lavoro e benessere.

[Leggi di più!](#)

Feel Slovenia - <https://www.slovenia.info/it>

- La scoperta della destinazione "a proprio modo"

Alla scoperta del carattere locale a modo mio

Venite a conoscere lo spirito sloveno. Scoprite le perle della cultura, della gastronomia e della natura slovena. Esplorate gli usi e costumi degli sloveni, le storie e le leggende interessanti e scoprite quali cose occupano un posto speciale nella tradizione slovena.



- Il portale Taste Slovenia: l'Ente Sloveno per il Turismo ha lanciato il portale Taste Slovenia, che racconta l'intera storia della gastronomia slovena, basata sulla filosofia "dall'orto al piatto", sui fornitori locali, sugli ingredienti di alta qualità e sulla tradizione, arricchita dagli approcci moderni degli chef sloveni alle esperienze culinarie autentiche.



Taste Slovenia. Taste nature.

Wherever you try authentic Slovenian cuisine, you can be sure it comes straight from the nature. This is one of the reasons why Slovenia is the European Region of Gastronomy 2021.

In Slovenia foraging and sourcing fresh ingredients from nearby fields and gardens is not a trend, but part of our tradition and orientation towards sustainable development. One of the reasons we protect and preserve our environment is that we love the flavours it creates. We offer guests the food we like to eat and can produce ourselves. The majority of our food is local and has a small carbon footprint.

Mindful tasting
Feel the power of the Brda soil and get to know the almost forgotten ritual wine of the Old Believers.
Couple, Group, Rural, Tasting, Traditional gastronomy, Wine

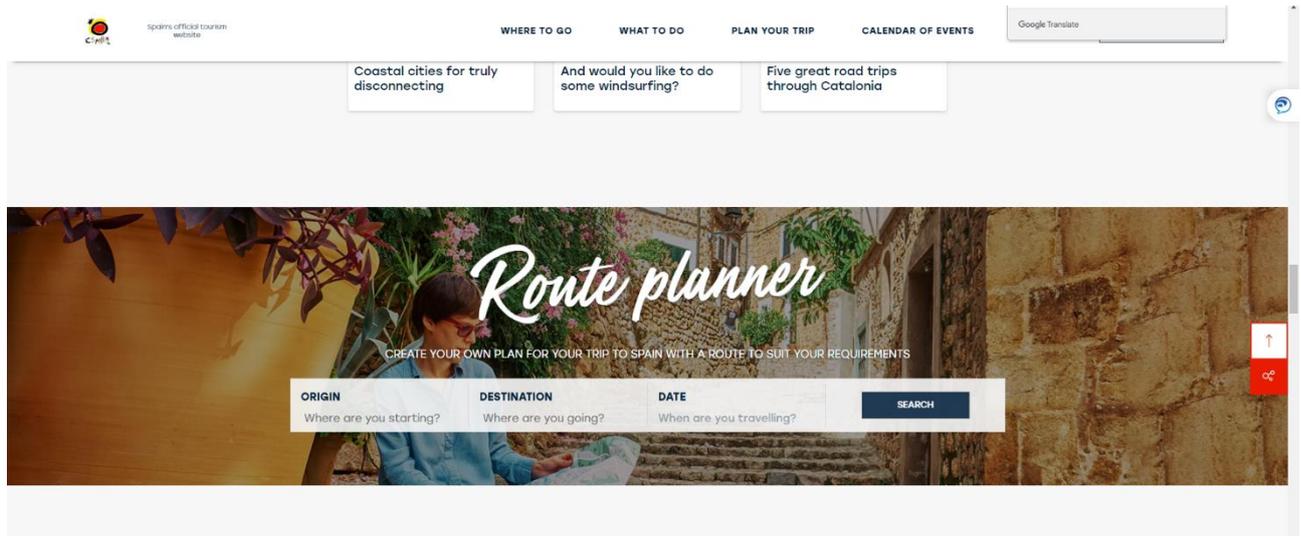
Dinner at 160 metres below ground
Taste choice dishes in the deepest dining hall in Europe.
Boutique, Couple, Drinks, Family, Fish, Group, Meat products, Unique, Urban

Counting the sheep in the hay
Sleep in a luxurious hay and straw bed, just a few steps away from the famous Williams pears
Boutique, Couple, Family, Meat products, Overnight, Rural, Traditional gastronomy

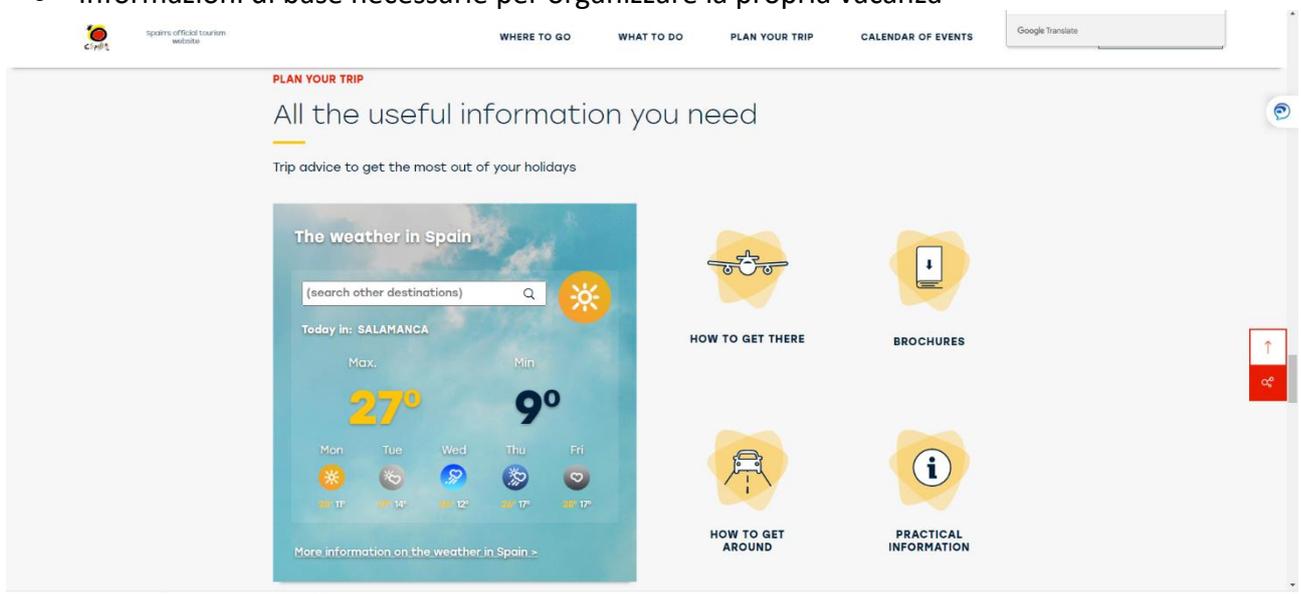
A boat ride to the sustainable fish-farm with the best sea bass
Listen to the unique story about the best farmed fish in the world and enjoy its excellent taste.
Active, Couple, Family, Fish, Group, Innovative gastronomy, Seaside

Visit Spain - <https://www.spain.info/en/>

- Creazione di una vacanza "su misura"



- Informazioni di base necessarie per organizzare la propria vacanza



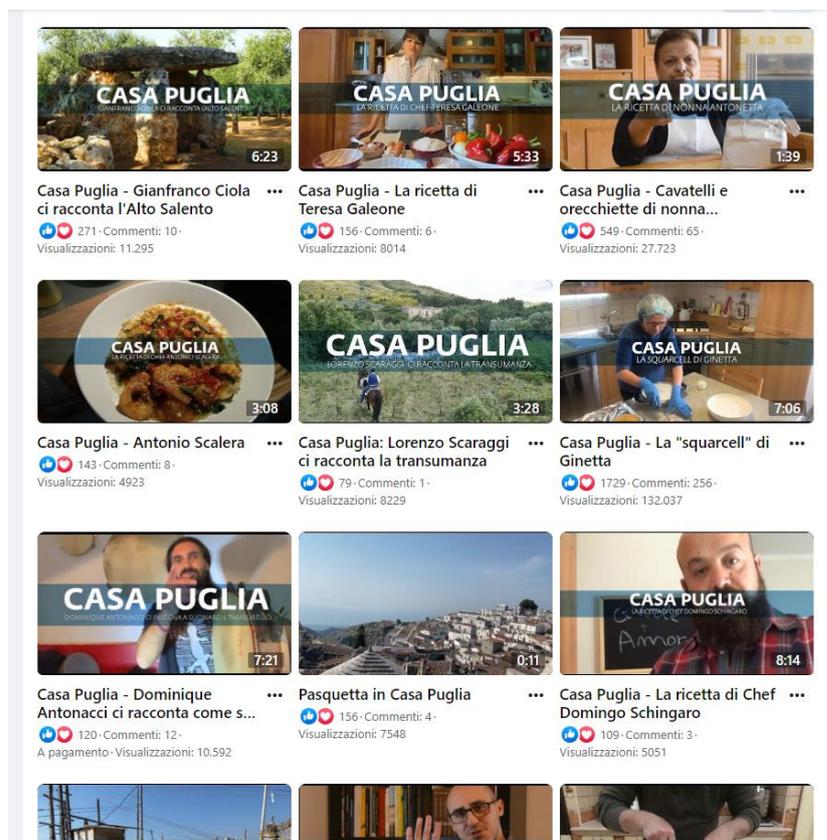
Visit Scotland - <https://www.visitscotland.com/blog/events/instagram-travel-agent/>

- Instagram travel agency; social walls all'interno degli infopoint per organizzare la propria vacanza in base alle esperienze postate sui social



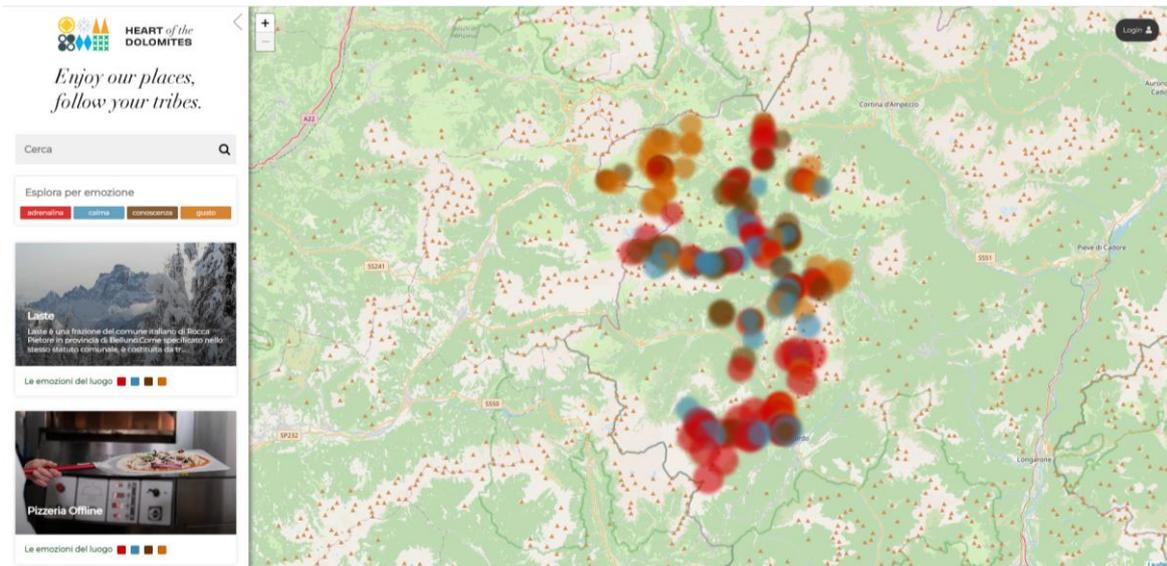
Visit Puglia - <https://www.viaggiareinpuglia.it/>

- Campagna promozionale e storytelling “casa Puglia”: pillole video su enogastronomia, tradizione e territorio, realizzate direttamente da casa dei pugliesi



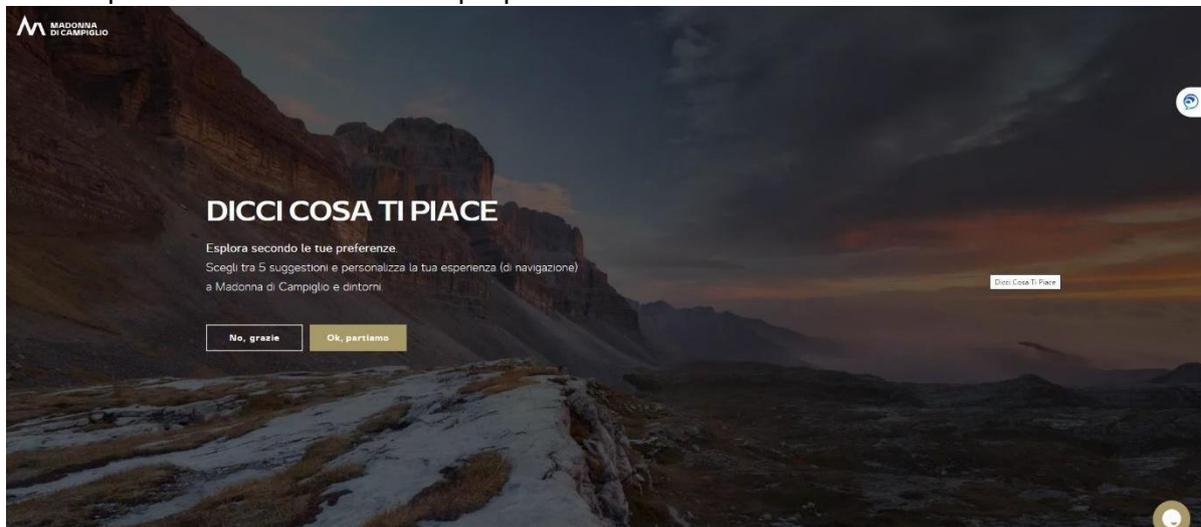
Dolomiti Bellunesi (progetto Dolomites Maadness) - <https://www.heartofthedolomites.org/>

- Mappa emozionale



Madonna di Campiglio - <https://www.campigliodolomiti.it/it/find-your-mood>

- Comporre la vacanza in base al proprio "mood"



Concetto e metodologia

Il progetto Smart Orobie è basato su un **approccio partecipativo** che garantisce l'inclusione di diversi tipi di stakeholders, metodologie e scale di applicazione nel corso del progetto. Inoltre, esso adotta un approccio inter- e transdisciplinare, con metodi misti e iterativi, per raggiungere gli obiettivi e risultati prefissati. Smart Orobie integra il coinvolgimento inclusivo dei cittadini con gli uffici turistici, i responsabili politici, i consorzi e gli imprenditori del territorio. Questa integrazione significa che un gruppo intenzionalmente inclusivo e diversificato di soggetti interessati contribuisce alle attività del progetto in tutte le sue fasi, compresa la creazione di nuove conoscenze e la diffusione dei risultati, massimizzandone l'impatto.

Il progetto prevede un sistema metodologico chiaro che consiste nella descrizione dei ruoli, nella pianificazione delle risorse e nella relazione di chiusura da consegnare a sponsor, sostenitori e altre parti interessate.

Saranno definite chiaramente la struttura interna e le responsabilità all'interno dell'organizzazione attraverso la costituzione di un **Accordo di Partenariato**. La definizione delle responsabilità fin dall'inizio del progetto crea fiducia nel rapporto con gli stakeholder del progetto. Di conseguenza, gli aspetti relazionali e la comunicazione appropriata con gli stakeholder del progetto vengono implementati per garantire il successo del progetto. Saranno inoltre assicurati dalla cabina di regia e dal coordinatore:

- Controllo dell'avanzamento e giustificazione: il controllo dell'avanzamento è un vantaggio fondamentale dell'organizzazione delle attività del progetto. Non solo per aiutare a tenere traccia dei progressi del progetto internamente, ma anche come giustificazione nelle conversazioni con gli stakeholder del progetto.
- Trasferimento delle conoscenze: Il supporto alla gestione e al trasferimento delle conoscenze è fondamentale per il successo del progetto ed avverrà attraverso un duplice approccio: i meccanismi tecnici e gli strumenti di PM sosterranno i processi di apprendimento basati sul progetto; allo stesso tempo, la creazione di una cultura organizzativa che faciliti e incoraggi la creazione, la condivisione e l'utilizzo delle conoscenze sarà fondamentale per lo sfruttamento e la sostenibilità dei risultati.
- Risparmio sui costi e pianificazione del budget: stabilire una pianificazione efficiente degli eventi in modo economico è la base per il successo del progetto. L'esecuzione puntuale dei pacchetti di lavoro, dei compiti e dei risultati in linea con il diagramma di Gantt garantirà una corretta gestione del budget.

Il work plan del progetto Smart Orobie si compone di 5 pacchetti di lavoro (work package) ben distinti per area tematica ma strettamente interconnessi tra loro. Per garantire la corretta realizzazione di tutte le azioni previste da ciascun wp è stato individuato un referente attuativo, il quale tuttavia dovrà obbligatoriamente avvalersi della collaborazione e delle competenze dei partner di progetto utili ad una migliore e attuazione delle azioni.

I work package individuati sono i seguenti:

wp 1: nomadi digitali

wp2: green e sostenibilità

wp3: enogastronomia

wp4: destinazione human centered

wp5: comunicazione e promozione

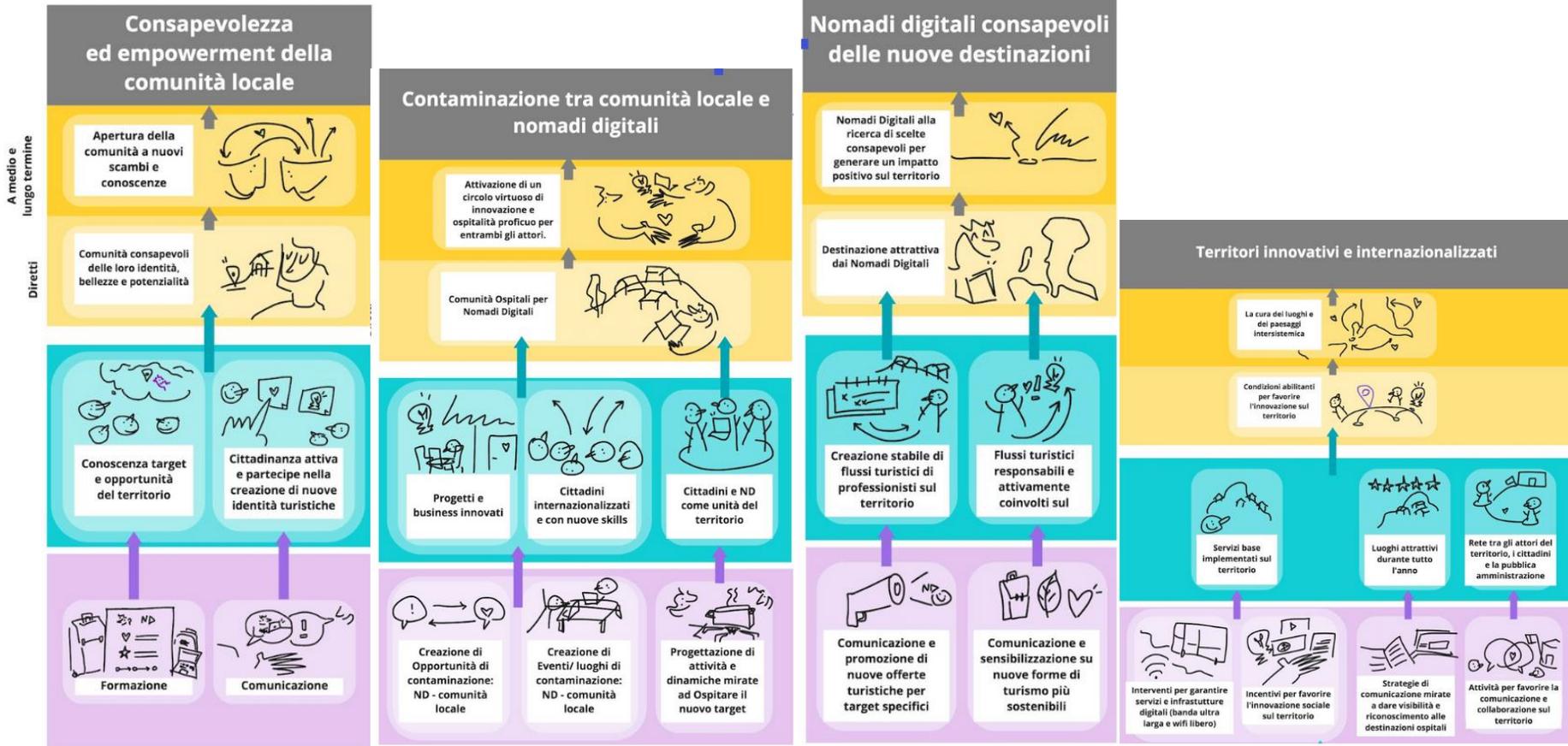
Il progetto di destinazione Smart Orobie e quindi il suo work plan è stato costruito secondo l'approccio consigliato dall'associazione Nomadi digitali e prendendo spunto dal report realizzato dall'associazione stessa in collaborazione con Airbnb¹³ e di seguito riportato.

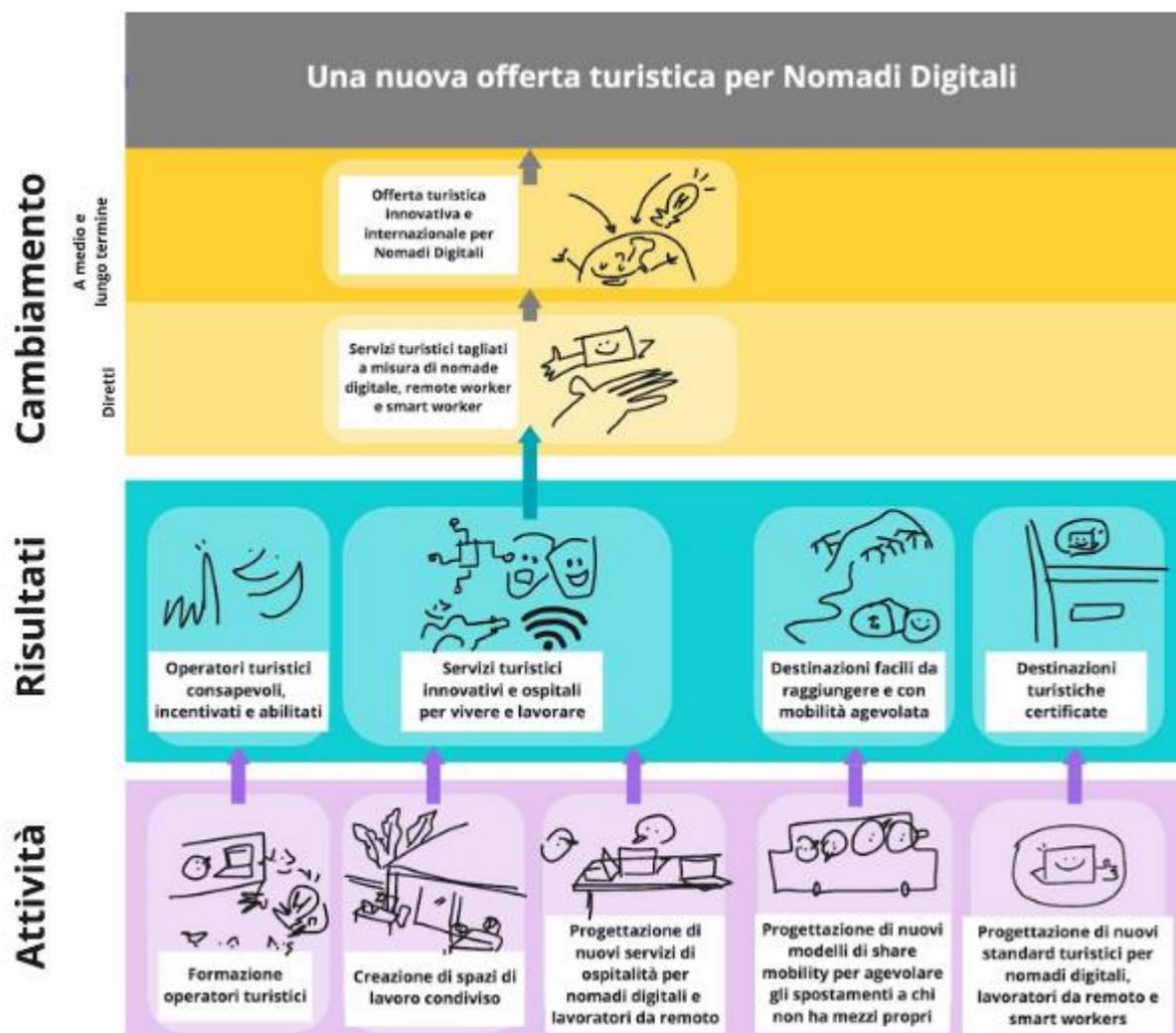
¹³ https://www.nomadigitali.it/wp-content/uploads/2022/04/Secondo-Rapporto-sul-Nomadismo-Digitale-in-Italia_1.4.pdf

Cambiamento

Risultati

Attività





La cabina di regia del progetto Smart Orobie, durante la fase di stesura e sviluppo della proposta progettuale, si è inoltre attivata per realizzare:

- una bozza di **carta dei servizi** che descriva le caratteristiche ed i criteri che le strutture aderenti alla rete Smart Orobie dovranno adottare;
- un **primo censimento delle possibili aree/strutture che potrebbero per prime andare incontro ad un percorso di adeguamento e riqualificazione per ospitare in nomadi digitali.**

Carta dei servizi strutture aderenti alla rete SMART OROBIE

La Carta Servizi è uno strumento attraverso il quale i soggetti aderenti assicurano al turista un'esperienza tale da garantire particolari standard che legano l'offerta locale al "Turismo di Qualità". L'ottica in cui si sviluppa la Carta dei Servizi è quella del miglioramento continuo dei "Servizi Turistici" presenti nel Network SMART OROBIE. L'introduzione della Carta dei Servizi Turistici costituisce pertanto un elemento di carattere fortemente innovativo destinato a modificare i rapporti fra Sistema Locale di Offerta Turistica e turista/utente. Il miglioramento dei Servizi legati al turismo in maniera diretta o indiretta può avere ricadute evidenti sullo sviluppo del territorio locale. La Carta, attraverso il coinvolgimento della rete di attori locali che animeranno la destinazione Smart Orobie, mira a, da un lato, fornire agli operatori del territorio uno strumento idoneo a testare e migliorare gli standard qualitativi dei servizi da loro offerti e, dall'altro, quello di garantire al turista che viene a visitare e conoscere le Orobie bergamasche un'accoglienza locale coordinata di qualità.

Una destinazione su misura per i nomadi digitali: strutture dedicate allo smart working

CATEGORIA AGRITURISMI, B&B, SECONDE CASE, AZIENDE AGRICOLE

Requisiti essenziali

- Banda larga o satellitare
- Connessione Wi-fi disponibile in tutti gli spazi, anche eventuale giardino o cortile
- Camere dotate di prese elettriche
- Bagno privato o condiviso
- Menu e lunch box Smart Orobie (o convenzioni con strutture che lo prevedono all'interno della propria offerta)
- Offerta di prodotti locali km0 o collaborazioni con produttori del territorio
- Possibilità di svolgere attività, anche guidate, all'aperto (anche attraverso collaborazioni sul territorio)
- Stampante e scanner
- Periodi di soggiorno prenotabili online
- Sala coworking (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si dovrà garantire la vicinanza ad uno spazio coworking raggiungibile a piedi in circa 20/25 minuti, in bici o TPL). Tale spazio dovrà essere disponibile 7 giorni su sette, 24 ore su 24.
- Spazio coliving con cucina attrezzata (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si dovrà garantire la vicinanza ad uno spazio coworking raggiungibile a piedi in circa 20/25 minuti, in bici o TPL).

Requisiti accessori

- Sala per conferenze (anche video), lavori di gruppo e seminari (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si potrà garantire la vicinanza ad uno spazio coworking raggiungibile a piedi in circa 20/25 minuti, in bici o TPL).
- Postazioni per lavorare all'aperto (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si potrà garantire la vicinanza ad uno spazio all'aperto entro 5km raggiungibile a piedi, in bici o TPL)
- Camere con postazione di lavoro (scrivania)
- Possibilità di noleggio e-bike

CATEGORIA HOTEL

Requisiti essenziali

- Banda larga o satellitare
- Connessione Wi-fi disponibile in tutti gli spazi, anche eventuale giardino o cortile
- Camere dotate di prese elettriche
- Bagno privato o condiviso
- Menu e lunch box Smart Orobie (o convenzioni con strutture che lo prevedono all'interno della propria offerta)
- Offerta di prodotti locali km0 o collaborazioni con produttori del territorio
- Possibilità di svolgere attività, anche guidate, all'aperto (anche attraverso collaborazioni sul territorio)
- Stampante e scanner
- Periodi di soggiorno prenotabili online
- Sala coworking (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si dovrà garantire la vicinanza ad uno spazio coworking raggiungibile a piedi in circa 20/25 minuti, in bici o TPL). Tale spazio dovrà essere disponibile 7 giorni su sette, 24 ore su 24.

Requisiti accessori

- Spazio coliving con cucina attrezzata (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si dovrà garantire la vicinanza ad uno spazio coworking raggiungibile a piedi in circa 20/25 minuti, in bici o TPL).
- Sala per conferenze (anche video), lavori di gruppo e seminari (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si potrà garantire la vicinanza ad uno spazio coworking raggiungibile a piedi in circa 20/25 minuti, in bici o TPL).
- Postazioni per lavorare all'aperto (se non se ne dispone direttamente all'interno della struttura si potrà garantire la vicinanza ad uno spazio all'aperto raggiungibile a piedi in circa 20/25 minuti, in bici o TPL)
- Camere con postazione di lavoro (scrivania)
- Possibilità di noleggio e-bike

CATEGORIA MALGHE, ALPEGGI E RIFUGI

Requisiti essenziali

- Connessione Wi-fi disponibile obbligatoriamente nella zona giorno interna ed esterna (qualora le camere non dovessero essere raggiunte dal segnale wifi e/o in caso di mancanza di fibra ottica utilizzare sistemi satellitari)
- Camere dotate di prese elettriche
- Bagno privato o condiviso
- Possibilità di pensione completa con offerta di prodotti locali km0 o collaborazioni con produttori del territorio
- Possibilità di svolgere attività, anche guidate, all'aperto (anche attraverso collaborazioni sul territorio)
- Stampante e scanner
- Periodi di soggiorno prenotabili online

Requisiti accessori

- Camere con postazione di lavoro (scrivania)
- Possibilità di noleggio e-bike e ciaspole
- Servizio di teleferica per trasporto bagagli

Una destinazione su misura per i nomadi digitali ed i turisti enogastronomici: Orobie km0

CATEGORIA AGRITURISMI, RISTORANTI, OSTERIE, TRATTORIE, ENOTECHE, BIRRERIE, CAFFETTERIE

Requisiti essenziali

- Scelta di piatti della tradizione o rivisitazione innovative degli stessi all'interno del menu. I piatti dovranno essere preparati con ingredienti km0
- Menu in lingua inglese con QR Code
- Menu Smart Orobie
- Lunch box Smart Orobie
- Marchio Bergamo Creative City of Gastronomy
- Disciplinare East Lombardy e camera di Commercio

Requisiti accessori

- Possibilità di prenotazione online
- Possibilità di effettuare visite ed esperienze all'interno della struttura (visita in cantina, cooking class, foraging, etc).
- Noleggio e-bike

CATEGORIA BOTTEGHE E PICCOLI ESERCIZI COMMERCIALI

Requisiti essenziali

- Informazioni turistiche, logistiche e di primaria necessità (informazioni relative alle strutture, itinerari, esperienze, trasporti, etc)

Requisiti accessori

- Vendita prodotti km0 e storytelling
- Degustazioni prodotti km0 e storytelling
- Lunch box Smart Orobie
- Marchio Bergamo Creative City of Gastronomy
- Possibilità di prenotare visite ed esperienze sul territorio
- Noleggio e-bike

Censimento delle possibili aree/strutture aderenti alla rete SMART OROBIE

I 2 LUOGHI PILOTA/FOCAL POINTS INDIVIDUATI:

- **Val Seriana - Monte Pora**

Destinazione turistica locale gestita da IRTA Spa, una società a capitale interamente privato che gestisce gli impianti di risalita della stazione Monte Pora in provincia di Bergamo, 3 rifugi (di cui 1 di proprietà, 1 di proprietà del Comune di Angolo Terme e 1 di proprietà del Comune di Rogno) e 2 noleggi sci. L'obiettivo di IRTA Spa si sviluppa principalmente intorno a 4 pillars:

- Mobilità delle persone sulla montagna: la ski area è abbastanza vasta e mentre durante la stagione estiva la mobilità è molto più semplice, durante la stagione invernale diventa più articolata soprattutto per raggiungere quei punti (es. Rifugio Pain de la Palù) che non possono essere raggiunti con gli sci ai piedi. Il Pian del Palù è inoltre l'unico tra i nostri rifugi che dispone di camere e consente quindi il pernottamento. Al fine di facilitare la mobilità sulla ski area, al di fuori delle piste da sci, vorremmo introdurre una flotta di 10 motoslitte elettriche per consentire gli spostamenti senza generare fumo e rumore. Il costo di questo intervento è stimabile in 175.000€
- Interconnessione: i rifugi sono già connessi ad internet ma con una banda non sufficiente a consentire attività di smart working e si intende quindi potenziare la connettività per consentire ai nostri ospiti di lavorare anche da remoto in un contesto ad alto pregio naturalistico. Si intende allestire inoltre almeno 2 sale, in due rifugi diversi, da poter destinare, quando non impegnate con le attività di ristorazione, ad attività di smart working sia per utenti singoli sia per aziende. Il costo di questo intervento è stimabile in 15.000€
- Sostenibilità: il rifugio principale è stato costruito ormai 20 anni fa e presenta alcune importanti lacune dal punto di vista energetica e si deve intervenire sui serramenti per limitare al massimo la dispersione energetica e contenere i consumi da riscaldamento durante la stagione invernale. Questo intervento è stimabile in 25.000€
- Accessibilità: sempre prendendo come riferimento il rifugio principale sono già stati effettuati alcuni importanti interventi sul tema dell'accessibilità ma ci rimangono ancora alcune migliorie da effettuare per rendere la struttura completamente accessibile e questi interventi sono stimabili in circa 5.000€

Il costo totale degli interventi previsti è pari a 220.000€ con una quota di co-finanziamento pari quindi a 70.000€ (31,8% dell'investimento totale)

- **Val di Scalve - Colere**

Seguendo le ambizioni progettuali in risposta alla call “Bando Montagna Italia” del capofila del consorzio, RSI accoglie pienamente nella propria programmazione di investimenti le azioni predisposte dal progetto. In particolar modo l’azione progettuale implementa gli obiettivi specifici degli investimenti di RSI relativi al ramo rifugi. Nell’ipotesi del “Piano 2022-2026”, il ramo Rifugi nel 2022 è gestito da terzi, di conseguenza i ricavi di quell’anno si riferiscono a canoni attivi, mentre, a partire dal 2023, è prevista la gestione diretta, iniziando a sviluppare l’attività dei rifugi significativamente anche nella stagione estiva. È prevista la ristrutturazione dei tre rifugi esistenti e la realizzazione di un quarto di 800 mq. I costi di tali investimenti sono stati capitalizzati ed è stato calcolato un ammortamento di circa 0,1M/€ annui. Nella rivisitazione delle strutture si terrà conto di investimenti per centri benessere/terme o comunque strutture volte ad accrescere l’attrattività delle strutture alberghiere. In tale programmazione, Colere Ski Are si presenterà come sede di uno dei quattro pilot per la realizzazione di ambienti atti ad accogliere nomadi digitali durante tutto il periodo annuale.

In specifico riferimento alle attività e investimenti relativi al pilot, i 150.000€ destinati a RSI nel piano progettuale verranno utilizzati per:

- Adattare strutturalmente i rifugi all’accoglienza dei nomadi digitali;
- Installazione e implementazione della banda larga per la connessione a internet;
- Creazione e modernizzazione di ambienti comuni che permettano una vivibilità agevole agli utenti target (e.g. creazione di living room comuni, di cucine, ammodernamento delle camere e costruzione di work spaces suggestivi e ricchi di qualsiasi comfort).

Le azioni sopra citate, come già detto, implementeranno ulteriormente il business plan di RSI nell’ottica di investimenti organici per migliorare la fruizione delle strutture e la viabilità.

In particolare, come contorno all’idea progettuale di creare un pilot che possa accogliere i nomadi digitali, rispondendo alle loro esigenze e garantendo pernottamenti, esperienze e fruibilità ottimali, RSI intende (al di fuori del finanziamento del presente bando Montagna Italiana) creare un’offerta estiva e di bassa stagione maggiormente adeguata alle potenzialità dell’area. Tale direttrice viene particolarmente sviluppata incorporando l’idea di creare nuovi percorsi e-bike con relativi punti di ricarica (alimentati a energia solare) posizionati in posti strategici; creazione di pacchetti di esperienze con eventi e produzioni tradizionali (e.g. aperitivo in alta quota; percorsi gastronomici); percorsi sensoriali; attività notturne; eventi che coinvolgano la comunità locale; sport estremi; creazione di pacchetti turistici integrati.

L’efficientamento energetico dei rifugi rientra tra le priorità di RSI al fine di ottenere un impianto completamente green. In quest’ottica i rifugi verranno dotati di pannelli solari al fine di:

- Abbassare drasticamente il costo dell’uso del generatore elettrico, cercando di coprire il più possibile il fabbisogno energetico sia delle ore diurne che notturne, specialmente durante la stagione primaverile ed estiva, periodo di maggior utilizzo ed affluenza del rifugio;

- Eliminare il rumore del generatore elettrico abbassando il più possibile l'inquinamento acustico che esso produce
- Dare un ulteriore impronta green al rifugio facendolo diventare ispirazione ed esempio per altri rifugi e per tutti i visitatori che ogni anno animano quel luogo.

Verranno quindi installati impianti fotovoltaici di potenza di 9,75kWp con moduli fotovoltaici ad alto rendimento SunPower e sistema di inverter ad isola SMA. Questo sistema, inoltre, consente di monitorare l'andamento produttivo dell'impianto fotovoltaico permettendo così all'utente e all'azienda installatrice di controllare con precisione le performance energetiche dell'impianto e intervenire in modo tempestivo in caso di anomalie o eventuali guasti. L'impianto fotovoltaico installato sarà in grado di produrre ogni anno circa 10.500kWh di energia elettrica, completamente gratuita e pulita, pari alla non immissione nell'aria di ben 5.500 chilogrammi di CO2 altamente inquinante, l'equivalente del piantare 159 nuovi alberi. Installare un sistema fotovoltaico su un rifugio d'altra montagna significa dotarlo di energia elettrica totalmente naturale e migliorare l'utilizzo di energia sia da parte dei gestori, che degli ospiti in continuo transito.

In ogni singolo rifugio verranno inoltre installate colonnine di ricarica per le e-bike, ognuna di esse dotata dei propri pannelli solari per l'accumulo energetico. Così l'e-bike può diventare 100% green, se ricaricata con una fonte di energia rinnovabile, come l'energia solare. In questo caso il risparmio è totale, sia per chi utilizza questo tipo di veicolo elettrico, sia per l'ambiente, non essendoci consumo di combustibile. L'accesso alle colonnine sarà reso possibile grazie a un QR code e alla cartina geografica riguardante la zona in cui è posizionata; a tutti gli effetti un punto di geo localizzazione e di riferimento per gli utilizzatori di e-bike che spesso non conoscono il territorio e la possono utilizzare come "segnavia" durante le escursioni (tutto ciò inserito all'interno dell'app RSI). RSI propone di diversificare gli investimenti e di puntare sullo slow tourism, tradizioni, aree protette, esperienze uniche e attività culinarie memorabili. Quest'ottica è inquadrata nei tentativi di porre fine della monocultura da sci. Il futuro passa anche per artigianato, agricoltura, gastronomia frequentazione delle aree protette e forme di ospitalità diffusa, orientandosi verso una nuova economia del comprensorio. In generale, in un mercato "maturo", la strategia principale consiste in una migliore qualificazione e caratterizzazione dell'offerta, attraverso la proposta di servizi originali e di alta qualità che possano distinguere una determinata stazione rispetto alle concorrenti. Come rilevato in precedenza, le dimensioni di un comprensorio sciistico giocano un ruolo ambivalente, laddove altri fattori diventano rilevanti, come l'attrattiva di un luogo, la sua quota o la qualità dei servizi offerti. "Diversificazione" sembra perciò il concetto principale da applicare alle località che hanno finora basato la propria crescita economica sullo sci da discesa. Ad esempio, i cambiamenti climatici, se vanno a svantaggio della frequentazione invernale, possono invece finire per favorire il turismo estivo, che attualmente rappresenta una parte minoritaria delle presenze annuali. Da qui l'ambizione di trasformare la stazione sciistica in un vero e proprio "hub turistico", nel quale i frequentatori provenienti dai grandi centri urbani possano ritrovare tutto ciò che hanno disponibile in città, in condizioni ambientali molto attraenti seppur mantenendo la tradizione e la insostituibile cultura montana. Questo concetto rientra in

larga misura nell'ambizione di dare vita a veri e propri "uffici in alta quota" pronti ad accogliere nomadi digitali in un quadro montano a dir poco stimolante.

Altri possibili PILOT individuati attraverso il confronto ed il coinvolgimento degli operatori:

- **VALLE TALEGGIO. La piccola svizzera bergamasca.**

Territorio: La Valle Taleggio è già un ECOMUSEO. Per definizione nella carta Internazionale degli Ecomuseo "L'ecomuseo è un'istituzione culturale che assicura in forma permanente, su un determinato territorio e con la partecipazione della popolazione, le funzioni di ricerca, conservazione, valorizzazione di un insieme di beni naturali e culturali, rappresentativi di un ambiente e dei modi di vita che lì sono succeduti." L'ecomuseo è gestito dall'Associazione Ecomuseo Valtaleggio ha lo scopo di ideare e realizzare progetti per valorizzare le risorse umane e ambientali già presenti sul territorio al fine di tutelare, promuovere e valorizzare i beni artistici, culturali, storici, ambientali attraverso la formazione, gestione e diffusione di pratiche ecomuseali partecipate. Di proprietà dell'ecomuseo 2 Baite&Breakfast di cui 1 con ampio spazio comune per incontri, degustazioni, ecc e cucina. 3 Installazioni esperienziali a tema formaggio La Valle Taleggio è patria dello strachitunt DOP, una tra le più piccole DOP casearie, e dello stracchino DOP, oltre che dello stracchino all'antica delle Valle Orobiche (presidio slowfood) Presente sul territorio: - il consorzio per la tutela dello strachitunt - Cooperativa Valtaleggio Sant'Antonio con vendita prodotti, spazi per degustazioni guidate, spazio per showcooking Sempre sul territorio della Valtaleggio si organizza tutti gli anni il progetto NAHR (Nature, Art & Habitat Residency). C'è una rete sentieristica con segnaletica sempre in aggiornamento. Vi sono rifugi nelle zone come il Rif. Gherardi, Il Rifugio Casari e confina con i Piani di Artavaggio (rifugi aperti anche durante il periodo invernale). Presenta piccoli borghi rurali ben tenuti e i caratteristici tetti in piode oltre ai muretti a secco (Patrimonio dell'Unesco) Territorio interessante anche per i ciclisti e motociclisti che attraversano affascinanti orridi e attraverso il culmine di San Pietro raggiungono il lago. A 10 minuti di macchina da San Giovanni Bianco con l'ospedale A15 minuti dal Borgo di camerata Cornello e da San Pellegrino Terme. Dista dalla città di Bergamo circa KM 37,65 Due le strade di collegamento: dalla ValBrembilla o da San Giovanni Bianco Nata di recente un'altra associazione Vedeseta Attiva per l'organizzazione di visite guidate eventi e manifestazioni sul territorio

PRO: Coinvolgimento cittadinanza (già coinvolta nell'ecomuseo), tradizioni, territorio, tradizioni, gastronomia, natura. Privati attenti e che investono sul territorio. Già presenti sul territorio diverse forme di pernottamento con spazi comuni (in Cooperativa Sant'Antonio 6 posti letto con cucina in comune e spazio di condivisione per degustazione, serate, ecc. A pochi passi dalla cooperativa la Baita Magrera (Baita&Breakfast) dell'Ecomuseo con 2 camere + cucina in comune e ampio salone. Appartamenti con spazi comuni utilizzati per il progetto nahr. Privati che hanno in progetto la ristrutturazione di un insieme di Baite adibite alla ricettività diffusa. Funzionanti come ufficio di informazioni, ma a disposizione come spazi le 3 Porte ecomuseali presenti sul territorio della Val Taleggio. Già organizzate esperienze per gruppi legate alla gastronomia e alla tradizione casearia.

CONTRO: da migliorare la fibra. C'è segnale da rafforzare in previsione di grandi numeri. I Mezzi pubblici di collegamento (L'ecomuseo ha auto per trasporto persone)

NOTE: A titolo informativo ha soggiornato in Valtaleggio un referente dell'associazione natWorking interessato al territorio della Valtaleggio vista l'esperienza positiva. L'associazione sarà presente a un convegno organizzato dal Consorzio di tutela dello strachitunt il 12-13 ottobre

- **BORGHI DELLA PRESOLANA**

L'area comprende i comuni di Rovetta, Onore, Songavazzo e Fino del Monte, tutti collocati a un'altitudine superiore ai 600m s.l.m.

Strutture ricettive: presenza di un ostello, tre alberghi e un campeggio, oltre ad alcuni b&b. Tra queste, l'ostello presenta già spazi adatti al coliving e al coworking, mentre le strutture ricettive hanno in previsione investimenti sia strutturali sia a livello digitale.

Aree smartworking: una struttura adatta allo smartworking e al coliving è presente nel vicino comune di Clusone (confinante con Rovetta), a fianco di questa sono già in corso di realizzazione altre due aree per lo smartworking.

Esperienze e itinerari: da oltre 7 anni i comuni collaborano nell'organizzazione di esperienze sul territorio che consistono in visite guidate, laboratori per bambini, cooking class, escursioni, uscite in mtb e in e-bike.

Servizi digitali: oltre a condividere un portale turistico di area (www.borghipresolana.com), nell'area è presente il servizio di acquisto online delle esperienze garantito da Promoserio.

Connessione internet: l'area è già coperta dalla fibra ottica.

Contesto e tessuto associazionistico: i comuni dialogano già in progetti condivisi sotto il comune marchio "Borghi della Presolana", condividono la gestione dell'Infopoint Standard Borghi della Presolana gestito da Promoserio, il quale collabora attivamente con il tessuto associazionistico locale (pro loco Rovetta, pro loco Fino del Monte, Associazione Sportiva San Lorenzo, Gruppo Escursionistico Rovettese, Associazione Giovani Songavazzo, Associazione Rosso Mais ecc.).

Il territorio è caratterizzato dalla presenza di itinerari sia naturalistici e in particolare per e-bike (tra questi si evidenzia la realizzazione del progetto "Un giro tra Campi e Sapori", tour in e-bike a tema gastronomico che vede appuntamenti calendarizzati alla scoperta del territorio), sia artistico -culturali (in particolare sulla figura della famiglia Fantoni), sia gastronomici. In particolare l'area consente la prenotazione, il noleggio e la ricarica di e-bike all'interno del sistema integrato di Promoserio "E-bike experience" che permette, a un prezzo condiviso, di noleggiare e-bike nell'intera ValSeriana negli oltre 50 punti noleggio e ricarica e-bike. È presente la struttura museale "Casa Museo Fantoni" dedicata alla bottega della famiglia dei Fantoni, intagliatori del legno e scultori di fama nazionale le cui opere sono dislocate lungo il territorio e presso l'Accademia Carrara di Bergamo; a questo proposito è già attivo un itinerario fantoniano lungo la ValSeriana. I Borghi della Presolana sono anche l'area del Mais Rostrato Rosso di Rovetta, protetto dal marchio De.Co

Altri possibili luoghi interessati ad ospitare i nomadi digitali, individuati attraverso il confronto ed il coinvolgimento degli operatori:

- **ORNICA. Borgo rurale e albergo diffuso Presente un albergo diffuso gestito dall'associazione donne di Montagna.**

Già strutturato con pernottamenti in camere in paese e servizi centralizzati con spazi comuni. Intrinseco nella tipologia di ricettività quale l'Albergo diffuso, la valorizzazione del territorio attraverso attività legate alle tradizioni rurali di una volta il coinvolgimento degli abitanti. Ambiente naturale montano. Unica strada di accesso vietata a mezzi di grandi dimensioni (Pullman massimo 6 mt). Presenti baite per la fienagione e spazi dedicati all'alpeggio Il borgo si trova ai piedi del pizzo dei Tre signori ed è vicino alle stazioni sciistiche di Valtorta-Piani di Bobbio, Monte avaro, Piazzatorre (facilmente raggiungibili per il momento con mezzi propri). Sentieristica con segnaletica. In Val D'Inferno è presente l'alpe dell'Agriturismo Ferdy che propone varie attività per famiglie e bambini. Confinante con Valtorta dove La latteria Sociale produce l'agri di Valtorta (Presidio Slowfood).

PRO: Presenza delle strutture già coinvolte nel progetto dell'albergo diffuso, natura e borghi. Tradizioni
 CONTRO: la strada e la rete di mezzi pubblici non adatta. L'associazione le donne di Montagna andrebbe supportata nelle operazioni. Ad oggi non sufficiente (per numero di persone coinvolte e struttura) e non siamo a conoscenza di altre realtà territoriali presenti. Dista dalla città di Bergamo più di 48Km. Segnale da rafforzare su tutto il territorio.

- **DOSSENA. Ponte nel Sole e forte senso di comunità e della propria identità locale.**

Presente di recente un'azienda speciale per la gestione delle attrattive nate sul territorio quali il ponte tibetano più lungo al mondo a pedata discontinua e senza tiranti laterali e un parco speleologico all'interno delle miniere.

In ristrutturazione l'albergo mirasole, che prevede diventare un polo multi-offerta che costituisca il punto di riferimento per i turisti: oltre all'ostello con dormitori condivisi e mini appartamenti saranno presenti un servizio di ristorazione, una piscina, una spa pubblica, una sala polifunzionale e degli spazi dedicati al coworking. Ha un'altitudine di 986mt slm, ma la vicinanza a paesi come San Pellegrino Terme e Serina, non lo collocano nell'immaginario collettivo come "Paese di montagna-Terra Alta" Sentite la tradizioni del Madunu de Dossena e del Carnevale. Prodotti gastronomici locali di recente produzione, ma che riscuotono successo ol Minadur (il formaggio stagionato in Miniera), il GIN, oltre a sapori della terra brembana. Presenti sul territorio l'associazione miniere di Dossena e Giovani di Dossena. Interessante lo sviluppo delle attrattive sul territorio e il coinvolgimento dei local soprattutto giovani volta a offrire divertimento ed esperienze per un turismo giovane e active. Rete sentieristica con segnaletica tra le quali l'Antica Via Mercatorum. Presenza di Ebike e itinerari.

PRO: natura, attrattive di divertimento, coinvolgimento gruppo di giovani del territorio, progetti in divenire.

CONTRO: progetti finanziati negli anni con finanziamenti pubblici (a livello di territorio sarebbe meglio non concentrare altri finanziamenti pubblici li), turismo active e interessati

al divertimento- turismo giovanile. Gli spazi per pernottamenti e di condivisione si concentrerebbero in un'unica struttura

- **VAL DI SCALVE** - L'area comprende i **comuni di Azzone, Colere, Schilpario e Vilminore di Scalve**, tutti collocati a un'altitudine superiore ai 900m s.l.m.

Strutture ricettive: presenza di diverse strutture alberghiere, alcuni b&b e ostelli, alcuni di proprietà della Parrocchia, altri di proprietà dei Comuni. Tra queste, sono in corso di realizzazione importanti interventi di ristrutturazione di strutture ricettive sia ad Azzone sia a Colere, che prevedono già spazi adatti al coliving e al coworking.

Aree smartworking: sono in corso di realizzazione altre aree per lo smart working legate alle strutture ricettive in corso di ristrutturazione.

Esperienze e itinerari: da 2 anni i comuni collaborano nell'organizzazione di esperienze sul territorio che consistono in visite guidate, laboratori per bambini, cooking class, escursioni, uscite in mtb e in e-bike.

Servizi digitali: oltre a condividere un portale turistico di area (www.valdiscalve.it), nell'area è presente il servizio di acquisto online delle esperienze garantito da Promoserio.

Connessione internet: l'area è già coperta dalla fibra ottica, in corso di attivazione effettiva entro la fine del 2022.

Contesto: i comuni dialogano già in progetti condivisi sotto il comune marchio "Val di Scalve", condividono la gestione dell'Infopoint ARS Val di Scalve gestito da Promoserio, il quale collabora attivamente con il tessuto associazionistico locale (tre pro loco, un'associazione turistico sportiva, associazioni sportive, ecc.).

Il territorio è caratterizzato dalla presenza di itinerari sia naturalistici estivi sia invernali, grazie alla presenza delle piste di sci di fondo di Schilpario e gli impianti di discesa di Colere per i quali sono previsti ingenti investimenti nel corso del prossimo biennio.

A questi si aggiungono itinerari artistico -culturali, legati in particolare al passato tradizionale della Val di Scalve, legata all'estrazione mineraria. Oltre all'Ecomuseo delle miniere Zanalbert e al museo Etnografico di Schilpario, è possibile rivivere la tradizione mineraria alle Miniere Gaffione di Schilpario e al Museo dell'Illuminazione Mineraria. Le miniere sono gestite da una società privata che ha in programma importanti investimenti anche a tema accessibilità e che è collegata alle miniere di Pezzaze e Collio. Nelle miniere, oltre a importanti percorsi didattici, da qualche anno si svolge anche la fermentazione di birra locale. A tema gastronomico, la Val di Scalve è il luogo in cui vengono prodotti formaggi tipici con latte di montagna, tra questi la Formagella Val di Scalve, lo Scalvitondo e il Formaggio nero della Nona. La Latteria Sociale Montana di Scalve da anni realizza degustazioni, visite guidate e dimostrazioni di caseificazione. Il patrimonio naturalistico è una delle caratteristiche peculiari dell'area, coperta da km di sentieri, importanti falesie e percorsi in mtb o e-bike (i quali rientrano nel già citato sistema integrato di Promoserio "E-bike experience").

- **ARDESIO** - Contrade Cerete, Piazzolo e Cacciamali, coperte da servizio Wifi-MAX.

Nell'area di Ardesio, sono previsti importanti investimenti di privati sia sulla struttura alberghiera collocata nel centro di Ardesio (che possiede già numerosi requisiti previsti dalla bozza di Carta dei Servizi, sia su baite oggetto di una possibile riqualificazione in chiave di sviluppo turistico e di strutture ricettive, che risultano in linea con i requisiti ipotizzati per il progetto in oggetto.

Nello specifico, l'Albergo è già dotato di:

- Connessione Wi-fi disponibile in tutti gli spazi, anche eventuale giardino o cortile, tranne in alcune zone esterne;
- Camere dotate di prese elettriche;
- Bagno privato o condiviso;
- Menu e lunch box tematici;
- Offerta di prodotti locali e collaborazioni con produttori del territorio;
- Possibilità di svolgere attività, anche guidate, all'aperto e anche attraverso collaborazioni sul territorio su prenotazione;
- Stampante e scanner;
- Periodi di soggiorno prenotabili online;
- Sala coworking su prenotazione;
- Spazio coliving con cucina attrezzata su prenotazione;
- Sala per conferenze su prenotazione;
- Postazioni per lavorare all'aperto su prenotazione;
- Camere con postazione di lavoro;
- Noleggio e-bike

Il territorio è già attivo nell'organizzazione di esperienze, presenta numerosi itinerari percorribili e fa parte sia della piattaforma di acquisto online delle esperienze gestita da Promoserio, sia della rete "E-bike experience". Si ricorda inoltre che la ValSeriana, Promoserio nello specifico, è già partner di Orobikeando. Sono inoltre particolarmente attive e presenti sia la Pro Loco sia l'associazione Vivi Ardesio.

Partenariato e suddivisione dei ruoli

CABINA DI REGIA COMPOSTA DA:

GAL VALLE SERIANA E DEI LAGHI BERGAMASCHI (PROPONENTE): Il Gruppo di Azione Locale Valle Seriana e Dei Laghi Bergamaschi è un'agenzia di sviluppo locale impegnata nel promuovere, favorire e sostenere processi di crescita e di miglioramento socio economico del sistema rurale del territorio di riferimento, il quale comprende ben 56 comuni. L'attività di concertazione e animazione dello sviluppo rurale è stata inizialmente promossa e portata avanti autonomamente dal GAL Valle Seriana e dal GAL 4 Comunità delle Valli e dei Laghi interessando i rispettivi territori.

Successivamente, a partire dalla primavera del 2014 le attività di animazione sono state svolte in modo unitario coinvolgendo l'intero sistema rurale e i diversi portatori di interessi. Da allora, interessando di volta in volta territori e interlocutori diversi per rispondere alle specifiche esigenze e per tener conto delle diverse potenzialità, sono stati mantenuti costanti rapporti con il sistema rurale offrendo indicazioni e acquisendo nuove consapevolezze in ordine ai bisogni e alle opportunità di sviluppo del sistema locale che sono poi confluite nel Piano di Sviluppo Locale. Queste premesse hanno portato a prevedere l'accorpamento dei GAL Valle Seriana e GAL 4 Comunità precludendo alla costituzione del GAL Valle Seriana e dei Laghi Bergamaschi. Il GAL è il soggetto responsabile dell'attuazione della strategia di sviluppo delineata nel PSL (Piano di Sviluppo Locale) di cui all'iniziativa comunitaria Leader del PSR (Programma di Sviluppo Rurale). L'obiettivo ultimo è quello di favorire la valorizzazione multifunzionale e integrata del sistema rurale all'interno di un processo di crescita complessivo delle filiere che lo caratterizzano, che incorpora anche la promozione dell'offerta turistica in una logica di fruizione compatibile e particolarmente attenta ai valori ambientali e culturali dell'area d'intervento. I Progetti di Cooperazione attivi, in particolare il progetto Orobikeando, puntano alla valorizzazione e modernizzazione del territorio, in un'ottica innovativa, stimolante e volta alla creazione di reti interterritoriali. Gli ambiti d'intervento principali del Gal e del suo piano d'azione sono: Sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi agroalimentari, Cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità, **Turismo sostenibile – in particolare Sostenere il sistema dell'accoglienza rurale nelle sue diverse espressioni, attraverso il miglioramento delle dotazioni strutturali e infrastrutturali.** Il GAL Valle Seriana e dei laghi bergamaschi, *oltre ad essere capofila parte della cabina di regia del progetto, è coordinatore e responsabile attuativo del wp 1 - Nomadi digitali.*

GAL Valle Brembana2020: Il GAL Valle Brembana 2020 è un Gruppo di Azione Locale attivo sui territori di 55 comuni, per una superficie complessiva di 77.109 ettari, che coprono la superficie territoriale della Comunità Montana della Valle Brembana e della Valle Imagna oltre che parte del territorio della Comunità Montana della Valle Seriana, corrispondente ai comuni in sponda destra orografica della bassa valle. Il GAL si pone l'obiettivo di sostenere lo sviluppo economico sociale e culturale dei territori di sua competenza attraverso azioni in accordo con il Piano di Sviluppo Locale valorizzando le risorse presenti e coinvolgendo enti pubblici e privati oltre che operatori presenti sul territorio. Insieme al Gal Valle Seriana e dei laghi bergamaschi ed al Gal dei Colli di Bergamo e del Canto Alto ha sviluppato il progetto Orobikeando e Una montagna di botteghe. *GAL Valle Brembana 2020, oltre ad essere parte della cabina di regia del progetto, è coordinatore e responsabile attuativo del wp 2 - Green e sostenibilità.*

Orobiestyle: una Community che nasce da un sogno condiviso tra un gruppo di imprenditori per promuovere e valorizzare il vasto territorio orobico sotto un unico brand e in forza di una strategia comune e condivisa. Essa si basa sul rispetto della natura, dell'ambiente, della ruralità, dell'architettura, della storia e delle tradizioni per riscoprire il valore dell'ospitalità. L'associazione, consapevole della bellezza, eterogeneità e potenzialità del nostro territorio, coordina, condivide e promuove un progetto socio-economico e turistico per le Orobie, elaborando esperienze e progetti pilota all'insegna dello sviluppo sostenibile. La Community è nata a fine 2019 e ha iniziato a svilupparsi concretamente durante i mesi peggiori della pandemia da Covid19 iniziando a lavorare partendo dall'ascolto: attraverso alcuni incontri sul territorio abbiamo recepito l'esigenza di una trasformazione del territorio in chiave turistica; le nostre bellezze naturali e il nostro patrimonio

culturale non sono infatti seconde a nessuno e vanno valorizzate. Per Orobiestyle è fondamentale la crescita partecipata del territorio. Per questo motivo stiamo cercando di coinvolgere operatori turistici, amministratori, imprese e privati cittadini che abbiano a cuore il futuro delle Orobie e che possano apportare al progetto risorse umane, sociali, finanziarie, imprenditoriali e produttive. Il sogno è quello di lavorare non più ragionando da soli, ma insieme perché il concetto di eccellenza oggi non è ancora una delle caratteristiche distintive delle nostre valli ed è solo collaborando che le eccellenze del territorio riusciranno a emergere. L'ambizione è quella di coinvolgere tutti i comuni facenti parte del comprensorio turistico da noi delineato. Nonostante il complicato periodo, l'associazione è riuscita ad attivare diversi progetti pilota in alcune aree di intervento ritenute strategiche per il rilancio della zona, i quali potranno essere poi replicabili in qualsiasi valle. Per elaborare e portare avanti questi progetti sono stati creati diversi gruppi di lavoro all'interno dell'associazione. *Orobiestyle, oltre ad essere parte della cabina di regia del progetto, è coordinatore e responsabile attuativo del wp 3 - Enogastronomia.*

Promoserio: Il progetto PromoSerio è nato nel 2010 con l'intento di creare una vera unità geografica e una sinergia tra i protagonisti del territorio; è espressione della consapevolezza che una rinascita di Valle fosse possibile solo fondendo le energie di tutti i soggetti che operano sul territorio. Su proposta della Comunità Montana Valle Seriana, e con il sostegno della Comunità Montana di Scalve, Promoserio ha dunque operato con passione per coinvolgere in un progetto unitario dapprima Comuni ed enti pubblici, in seguito gli operatori turistici e commerciali della valle. Nel corso del suo primo decennio di attività, Promoserio ha allargato le proprie competenze ed è diventato soggetto autorevole e di riferimento per la promozione turistica del territorio. Ad oggi l'associazione conta infatti oltre 380 soci tra enti pubblici, operatori privati, imprese e associazioni di categoria, i quali sostengono il progetto e contribuiscono alla creazione di un tessuto socio-economico e turistico omogeneo e integrato. L'attività di Promoserio è rivolta in primo luogo alla promozione e comunicazione turistica del territorio, alla gestione di tre Infopoint Standard e sei Infopoint Sportello riconosciuti da Regione Lombardia, e infine al supporto alle amministrazioni comunali nella gestione degli aspetti logistici e amministrativi dei propri eventi e insieme si occupa di assicurarne una comunicazione condivisa e integrata sul territorio. *Promoserio, oltre ad essere parte della cabina di regia del progetto, è coordinatore e responsabile attuativo del wp 4 - Destinazione human centered.*

NT Next: società di consulenza e agenzia di comunicazione, ideatrice del progetto strategico di comunicazione integrata che promuove la città di Bergamo mostrando le bellezze del territorio da un punto di vista inedito. Si occupa di strategie integrate di comunicazione e innovazione creando le condizioni per connettere tra loro persone, brand e oggetti. Partendo dallo studio dei dati psviluppano ogni touchpoint necessario attraverso gli ambiti di competenza: Branding, UX Design, Internet of Things, Web&Mobile App, Advertising, Online&Social Marketing, Video&Content Production. Parte integrante di Evolving Partner, il progetto che unisce MPS - Evolving Marketing Research e NT Next - Evolving Communication nello studio del contesto e nell'ideazione di strategie di marketing e comunicazione orientate all'evoluzione. Operano con approccio multidisciplinare in settori eterogenei b2b e b2c con partnership durature di rilievo nazionale e internazionale come Polti, Consorzio Franciacorta, Consorzio Collio, Claypaky-Osram, RDS-Radio Dimensione Suono, Gaggia Milano per i quali seguiamo svariate attività di comunicazione che vanno dalle strategie integrate allo sviluppo di piani di medio e lungo periodo. Inoltre mettono in campo competenze

specialistiche in partnership strategiche verticali orientate all'innovazione con clienti come: Haier Europe - Candy - Hoover, Camera Nazionale della Moda Italiana, UniCredit e Comelit. Sono **parte integrante delle sinergie comunicative del territorio bergamasco in diversi settori: turistico e culturale**: dal 2015 partner strategici per tutte le attività di comunicazione di VisitBergamo, Milan Bergamo Airport e East Lombardy; dal 2020 curano la strategia di comunicazione per Fondazione Donizetti e la riapertura dell'omonimo teatro. Ancora sul piano culturale hanno organizzato le prime due edizioni di TEDxBergamo e realizzato il Docu-film "RE-Mantegna" per l'Accademia Carrara. *Nt Next, oltre ad essere parte della cabina di regia del progetto, è coordinatore e responsabile attuativo del wp 5 - Comunicazione e promozione.*

Visit Bergamo: Avvalendosi della stretta collaborazione con le Associazioni e i consorzi che operano sul territorio, VisitBergamo assume un ruolo operativo-commerciale nella gestione del turismo incoming e diventa l'interlocutore principale per gli operatori del settore interessati a proporre Bergamo e i suoi territori. L'Agenzia è nata con la precisa volontà di sviluppare tutte le iniziative che possano contribuire allo sviluppo ed alla promozione del sistema turistico della Provincia di Bergamo nel rispetto ed esaltazione dei valori del territorio e dell'ambiente. Gli scopi che l'Agenzia si prefigge sono:

- conoscere e studiare le vocazioni e le potenzialità turistiche nell'ambito territoriale della Provincia di Bergamo, anche mediante ricerche di mercato e statistiche allo scopo di migliorare i rapporti fra domanda e l'offerta;
- coordinare progettualità e le iniziative degli operatori pubblici e privati della provincia di Bergamo nel settore del turismo offrendo tutti i supporti necessari per la realizzazione di progetti e iniziative;
- realizzare direttamente azioni di marketing, programmi di qualità, promozioni e campagne pubblicitarie al fine di potenziare l'immagine della città e della provincia di Bergamo;
- partecipare a fiere, workshop, borse, manifestazioni ed eventi in Italia ed all'estero;
- promuovere, sviluppare e potenziare le strutture turistiche anche individuando e reperendo le necessarie risorse sia in ambito locale che regionale, nazionale e comunitario.

VisitBergamo è il marchio dell'Agenzia per lo sviluppo e la promozione turistica della provincia di Bergamo che è stata costituita il 17 ottobre 2001. *Visit Bergamo farà parte della cabina di regia, coordinerà i consorzi turistici attraverso il Comitato del Turismo Provinciale, presiederà alla programmazione e pianificazione dei progetti in essere sul territorio integrandoli con le azioni ed i risultati del progetto Smart Orobic ed integrerà le azioni di comunicazione e promozione del progetto Smart Orobic con quelle in campo all'interno della provincia al fine di potenziare l'immagine del territorio orobico. Sarà inoltre responsabile del wp 0 - project management e governance (il quale non prevede alcuna quota di budget). La partecipazione di Visit Bergamo all'interno del consorzio è essenziale in quanto:*

- *Coordina i consorzi turistici attraverso il Comitato del Turismo Provinciale;*
- *Presiede alla programmazione e pianificazione dei progetti in essere sul territorio integrandoli con le azioni ed i risultati del progetto Smart Orobic;*

- *Integra le azioni di comunicazione e promozione del progetto Smart Orobie con quelle in campo all'interno della provincia al fine di potenziare l'immagine del territorio orobico;*

Provincia di Bergamo: la Provincia mira a promuovere iniziative volte a favorire lo sviluppo economico e sociale del territorio attraverso sostegni anche di natura finanziaria volti a favorire la logica della rete, della sovracomunalità e dell'integrazione di obiettivi e funzioni di competenza dei diversi soggetti pubblici o privati coinvolti. Le attività sono principalmente orientate alla promozione e al coordinamento di progetti innovativi nell'ambito dello sviluppo socio economico, che possano coinvolgere gli enti locali e territoriali, le Associazioni e Unioni dei Comuni e le Comunità Montane, i diversi soggetti privati e del privato sociale, nella logica di incentivare azioni di rete volte all'attivazione di progetti e interventi di sistema che possano favorire una maggiore efficienza e razionalizzazione dei servizi di competenza locale. Inoltre dal 2015 è attivo l'ufficio Europa, una realtà pensata quale supporto concreto e operativo, per i comuni e gli enti del territorio che vogliano avviarsi nella ricerca di finanziamenti europei, nazionali e regionali. La Provincia ha inoltre istituito l'Osservatorio turistico provinciale, nasce dalla necessità di acquisire, con l'apporto collaborativo dei diversi soggetti che operano nel settore del turismo, informazioni puntuali che consentano di definire strategie condivise per lo sviluppo turistico del territorio bergamasco, grazie all'attivazione di uno strumento di programmazione realizzato attraverso l'analisi dei dati e dei fenomeni propri dei singoli ambiti territoriali di riferimento (città e pianura, laghi, montagna). L'articolazione per area dell'offerta turistica impone oggi una gestione dell'informazione adeguata ad interpretare l'andamento dei fenomeni a livello territoriale e in relazione alle diverse tipologie di mercato. L'Osservatorio turistico, secondo la suddetta impostazione, si configura come struttura al servizio del sistema turistico imprenditoriale ed istituzionale bergamasco, oltre che punto di convergenza e prezioso complemento all'attività di ciascuno, svolgendo la duplice funzione di:

- mettere sotto controllo fenomeni significativi dell'evoluzione del mercato turistico, al fine di stimolare l'adeguamento dell'offerta ai cambiamenti più rilevanti.
- accompagnare alcuni processi di adeguamento dell'imprenditoria provinciale attraverso supporti formativi o di trasferimento di know-how.

L'obiettivo ultimo è quello di dotare la Provincia e tutti gli operatori pubblici e privati del territorio di una strumentazione informativa che consenta di:

- Interpretare i fenomeni turistici e l'andamento delle stagioni
- Prevedere gli andamenti futuri;
- orientare le scelte strategiche di operatori pubblici e privati finalizzate alla crescita e al potenziamento del settore turistico.

La Provincia di Bergamo, in particolare l'ufficio sviluppo territoriale/Europa, è parte della cabina di regia del progetto, in quanto ha partecipato attivamente e supportato il consorzio della fase di ideazione e stesura della proposta progettuale. Essa farà parte della cabina di regia garantirà la corretta gestione del progetto e il raggiungimento dei risultati previsti mettendo in campo le proprie competenze tecnico-professionali in materia di progettazione e governance e monitorerà i risultati attraverso i dati dell'Osservatorio turistico provinciale. Sarà inoltre responsabile del wp 0 - project management e governance (il quale non prevede alcuna quota di budget). La partecipazione di Visit Bergamo all'interno del consorzio è essenziale in quanto:

- *Coinvolge in modo coordinato e proattivo le amministrazioni locali e i soggetti del territorio della provincia di Bergamo coinvolti nel progetto per concorrere alla sua realizzazione in modo univoco e sinergico su tutto il territorio coinvolto;*
- *Assicura la corretta gestione amministrativa ed il monitoraggio del progetto, mettendo a disposizione le capacità tecniche e professionali dell'ufficio Sviluppo territoriale/Europa;*
- *Raccoglie e fornisce i dati inerenti ai flussi turistici attraverso l'Osservatorio Turistico Provinciale;*

Visit Brembo: Visit Brembo, l'associazione di promozione turistica della Valle Brembana, rappresenta 36 comuni della Valle Brembana, La Comunità Montana Valle Brembana, il Comune di Selvino. Tra i soci avanza VisitBergamo, associazioni di categoria, realtà private con interesse turistico e di sviluppo locale, La S.Pellegrino Spa conosciuta a livello mondiale, infopoint, uffici turistici e proloco, operatori turistici della ricettività e della ristorazione. L'associazione di natura pubblico-privata è senza scopo di lucro e ha la funzione di promozione turistica e di sviluppo locale del territorio della Valle Brembana e si prefigge l'obiettivo di promuoverne il patrimonio naturale, artistico e umano attraverso l'elaborazione di strategie di comunicazione, marketing ed organizzazione del turismo al fine di valorizzarne le diverse tipologie in sinergia con Enti, aziende e operatori del territorio.

COMITATO ASSEMBLARE DEI PARTNER COMPOSTO, OLTRE ALLA CABINA DI REGIA, DA:

RS Impianti: società che gestisce gli impianti sciistici di Colere. Essa ha in essere un macro-progetto d'investimento ovvero il rilancio dell'area turistica di Colere seguendo le seguenti direttrici:

- Il miglioramento dell'offerta invernale, riducendo i tempi di percorrenza delle salite e aumentando la capacità degli impianti di risalita, al fine di generare più traffico per la stazione e per i servizi accessori, di proprietà della società.
- La creazione di un'offerta estiva adeguata alle potenzialità del territorio, che ha un patrimonio alpinistico ed escursionistico di alto livello e che non è mai stato adeguatamente valorizzato;
- Migliore monetizzazione dei servizi accessori, presa in carico dell'offerta di ristorazione e alloggio e inizio della tariffazione del parcheggio presso il servizio di stazione;
- Integrazione in app di tutti i servizi di Colere Ski Area per un'esperienza semplice e user friendly;
- Creazione di una rete locale tra esercenti, PMI, piccoli commercianti, albergatori, ristoratori, erogatori di servizi per potenziare l'offerta territoriale e mettere a sistema i servizi all'utente;
- Creare un comprensorio sciistico completamente accessibile, pronto ad ospitare chiunque e a rispondere alle necessità di qualsiasi individuo,
- Dare origine a una best practise replicabile e rinomata a livello europeo.

Gli investimenti necessari per il rilancio del comprensorio sciistico comprendono:

- Ramo impianti: cambio delle due seggiovie principali, rifacimento della seggiovia "Ferrantino" e il rifacimento della seggiovia "Capanno", completamento degli impianti di innevamento artificiale, e l'acquisto di nuovi gatti delle nevi - Importo stimato circa 19 M/€.

- Ramo rifugi, ristrutturazione ed efficientamento dei 3 rifugi esistenti (Pian del Sol, Cima Bianca, Aquila) e realizzazione di un quarto rifugio - Importo stimato 3,5 M/€.
- Parcheggi, in una prima fase è previsto l'acquisto del piazzale di proprietà Della Grassa e il ripristino dell'asfalto - Importo stimato 0,9 M/€. In una seconda fase verrà realizzato un parcheggio multipiano, con un costo previsto di circa 7 milioni di euro, che potrebbe raddoppiare il numero dei posti auto e consentire un prezzo di parcheggio più elevato. Da una prima stima potrebbe sviluppare un EBITDA aggiuntivo al piano di circa 0,4 M/€.

IRTA S.p.a: è una società a capitale interamente privato che gestisce gli impianti di risalita della stazione Monte Pora in provincia di Bergamo, 3 rifugi (di cui 1 di proprietà, 1 di proprietà del Comune di Angolo Terme e 1 di proprietà del Comune di Rogno) e 2 noleggi sci. Irta Spa gestisce la località turistica del Monte Pora, la quale ha fatto importanti investimenti in ottica di destagionalizzazione che da subito hanno mostrato risultati concreti in termini di aumento delle presenze turistiche. Si parla in particolare dell'apertura estiva degli impianti, della realizzazione di "Pora Beach" (un'area attrezzata con tanto di terrazza galleggiante, spiaggia e ombrelloni in riva al laghetto alpino), dell'inaugurazione di un "food truck" in alta quota per rendere più accessibile la ristorazione e di un investimento generale sulla comunicazione. Altri investimenti di questo tipo sono in programma, tra cui un nuovo rifugio panoramico, la riqualificazione della partenza della seggiovia di Cima Pora e il ripensamento dello stabile utilizzato come ricovero dei gatti delle nevi che si trova in fondo alla pista del Termen, proprio perché il rilancio della montagna passa proprio attraverso investimenti mirati alla destagionalizzazione, che nell'area delle Orobie Bergamasche rappresenta sicuramente un aspetto di fondamentale importanza.

SACBO SPA: La Società per l'Aeroporto Civile di Bergamo-Orio al Serio (SACBO) è la società che gestisce l'aeroporto di Orio al Serio. L'aeroporto è una delle tre basi operative principali di Ryanair, assieme all'aeroporto di Dublino-Cork e all'aeroporto di Londra-Stansted. È il terzo scalo italiano per numero di passeggeri. Lo scalo è principalmente utilizzato da compagnie aeree a basso costo per le quali risulta essere il primo in Italia per numero di passeggeri e per la società di ricerca specializzata britannica Skytrax rientra tra i 10 migliori aeroporti low-cost del mondo nel 2016. E' inoltre il **primo aereoporto nazionale e internazionale in Europa a ricevere la certificazione di "azienda bike friendly"**. *Oltre ad essere parte del comitato assembleare del progetto, collaboreranno attivamente alla realizzazione delle attività progettuali previste nel wp 2 - Green e sostenibilità attraverso la realizzazione della rete Orobikeando, la quale parte proprio dall'aeroporto per arrivare alle montagne e del wp 5 - Comunicazione e promozione, garantendo la promozione del progetto e dei suoi contenuti digitali all'interno dell'aeroporto per aumentare soprattutto i flussi internazionali.*

4 Comunità Montane: Comunità Montana Valle Seriana, Val di Scalve, Valle Brembana, Valle Imagna

2 Parchi: Parco delle Orobie Bergamasche, Parco dei Colli di Bergamo

2 GAL: oltre al capofila Valle Seriana e dei laghi bergamaschi e al GAL Valle Brembana2020, aderisce il GAL dei Colli di Bergamo e del Canto Alto. I GAL, *oltre ad essere parte del comitato assembleare del progetto, collaboreranno attivamente alla realizzazione delle attività progettuali previste nel wp 2 - Green e sostenibilità per quanto riguarda i percorsi ciclabili (collegandosi e capitalizzando il progetto Orobikeando), el wp 3 - Enogastronomia e nel wp 4 - Destinazione human centered, garantendo il coinvolgimento di aziende agricole, agriturismi e botteghe, grazie ai progetti già in*

atto ed alle loro attività di animazione e collaborando alla revisione aggiornamento della carta dei servizi.

Camera di Commercio di Bergamo: *oltre ad essere parte del comitato assemblare del progetto, collaborerà attivamente alla realizzazione delle attività progettuali previste nel wp 3 – Enogastronomia.* La Camera di Commercio di Bergamo ha infatti ideato e promosso il marchio “BERGAMO, Città dei Mille... sapori”,¹⁴ il quale offre la possibilità di gustare i piatti della cucina locale nella espressione più genuina e certificata da un organismo di controllo UNI/CEI/EN/ISO/EIC 17065:2012. Il Disciplinare verrà utilizzato quale punto di partenza per costruire la rete (enogastronomica) Smart Orobie.

ASCOM Bergamo, Confesercenti Bergamo, Confindustria Bergamo Essi, *oltre ad essere parte del comitato assemblare del progetto, collaboreranno attivamente alla realizzazione delle attività progettuali previste nel wp 3 - Enogastronomia e nel wp 4 - Destinazione human centered,* garantendo il coinvolgimento dei loro associati, dei giovani imprenditori, e collaborando alla revisione aggiornamento della carta dei servizi.

2 BIM: CONSORZIO BIM DEL LAGO DI COMO E FIUMI BREMBO E SERIO e CONSORZIO BIM DELL’OGLIO.

Università degli Studi di Bergamo *oltre ad essere parte del comitato assemblare del progetto, collaboreranno attivamente alla realizzazione delle attività progettuali previste nel wp 2 - Green e sostenibilità,* garantendo la capitalizzazione del progetto Terre Alte Experience da loro ideato insieme ad Orobistyle, attualmente in fase di avvio e che si concluderà nel 2023 dopo Bergamo-Brescia capitali della cultura.

CAI Bergamo *oltre ad essere parte del comitato assemblare del progetto, collaboreranno attivamente alla realizzazione delle attività progettuali previste nel wp 2 - Green e sostenibilità e sul WP 3 - Enogastronomia, attraverso il coinvolgimento dei rifugi e la mappatura dei sentieri a cui andrà disposta la cartellonistica.*

Gestione del consorzio e processo decisionale

Sin dalla fase di stesura della presente proposta progettuale è stata costituita una **Cabina di regia**, la quale continuerà ad operare anche durante la fase attuativa del progetto. Essa è composta da GAL VALLE SERIANA E LAGHI BERGAMASCHI, Provincia di Bergamo, Visit Bergamo, Promoserio, Visit Brembo, GAL Valle Brembana2020 ed Orobistyle e svolge una funzione di coordinamento, monitoraggio, confronto, informazione e proposizione di azioni coordinate mirate alla concreta realizzazione della destinazione Smart Orobie. La cabina di regia garantirà il raggiungimento degli obiettivi del progetto nei tempi e con le risorse definite (budget, risorse umane, ecc.) e svolgerà le seguenti funzioni principali:

- coordinamento dello sviluppo ed implementazione del piano d’azione del progetto, seguendo gli input provenienti da tutti i partner in ottica di collaborazione e arricchimento reciproco;

14

https://www.bg.camcom.it/sites/default/files/contenuto_redazione/pagina_base/Amministrazione trasparente/PDF/regolamenti/regolamento-marchio-bergamo-citta-dei-mille-sapori.pdf

- supervisione e coordinamento del monitoraggio periodico delle attività;
- coordinamento dei canali di comunicazione e supervisione di tutti i materiali di comunicazione prodotti dal progetto;
- sostegno alla pianificazione e l'attuazione delle azioni indicate per il raggiungimento dei singoli obiettivi del progetto;
- supervisione della qualità complessiva del progetto.

Alla cabina di regia parteciperà un rappresentante per ogni soggetto indicato. Essa si riunirà almeno **ogni 30 giorni** a partire dall'avvio del progetto. Verrà garantita una **pianificazione anticipata** dell'ordine del giorno in modo tale che ciascun partner partecipi agli incontri con un contributo reale e concreto (scambi preliminari per la fissazione dell'ordine del giorno, preparazione dei partecipanti all'incontro), nonché per fare in modo di garantire a tutto il consorzio l'opportunità di promuovere il progetto e le sue azioni al grande pubblico in modo coordinato (presentazione dell'iniziativa attraverso comunicati stampa, conferenze etc). Essa costituirà inoltre la sede idonea per gli opportuni approfondimenti in merito alla realizzazione degli interventi previsti dal progetto ed alla predisposizione del Piano d'azione che definisce le specifiche azioni, i soggetti responsabili, i tempi e le risorse necessarie per la realizzazione degli interventi del progetto. In base alle diverse fasi attuative del progetto, nonché alle azioni da implementare, la cabina di regia avrà premura di coinvolgere e convocare anche gli altri soggetti che compongono il partenariato del presente progetto, così come anche eventuali stakeholders esterni.

IL GAL VALLE SERIANA E DEI LAGHI BERGAMASCHI, in qualità di ente proponente e **capofila del progetto**, sarà responsabile della gestione complessiva del progetto, dell'implementazione delle azioni, del monitoraggio dei risultati e della comunicazione interna al partenariato. Esso collaborerà costantemente gli altri 2 GAL della provincia di Bergamo attivando il Comitato dei 3 GAL delle Orobie rappresentativo di tutto il sistema orobie bergamasche (così come già realizzato in diversi progetti intervallivi della provincia di Bergamo), collaborerà inoltre con la Provincia di Bergamo quale ente pubblico rappresentativo di tutto il sistema delle Orobie bergamasche, attraverso il tavolo dell'Osservatorio delle montagne bergamasche, con cui è stato sottoscritto il patto di collaborazione.

Sarà inoltre compito del capofila cercare di mantenere nell'ambito del partenariato un clima sereno e collaborativo. In caso di conflitto quest'ultimo cercherà di definire soluzioni amichevoli. Nel caso in cui un partner non adempia ai propri doveri, non svolga le attività previste, non consegni i materiali richiesti, il capofila deve cercare di dialogare con tale partner e incoraggiarlo con decisione a rispettare quanto previsto dal progetto.

Infine il **Comitato Assemblare** sarà costituito da tutti i partner aderenti al progetto Smart Orobie e sarà composto da un rappresentante per ciascun partner. Il comitato si incontrerà ogni 3 mesi ed avrà la funzione di mantenere aggiornati tutti i partner sull'avanzamento del progetto oltre a raccogliere idee, spunti e proposte per assicurare di trarre il miglior risultato e impatto possibile dallo stesso.

Al comitato assemblare dei partner aderiscono, oltre alla cabina di regia, tutti i partner sostenitori del progetto firmatari dell'accordo di partenariato e tutti i soggetti aderenti al patto di collaborazione (enti pubblici e cittadini attivi).

Per ulteriori dettagli si rimanda allo schema di ACCORDO DI PARTENARIATO ed al PATTO DI COLLABORAZIONE.

CABINA DI REGIA

GAL VALLE SERIANA E LAGHI B. (capofila)

Responsabile wp 1 - Nomadi digitali

VISIT BERGAMO E PROVINCIA DI BERGAMO

Wp 0 - project management e governance

PROMOSERIO

NEW TARGET WEB SRL

VISIT

GAL VALLE BREMBANA2020 OROBIESTYLE

Wp2 - Green e sostenibilità

Wp 3 - Enogastronomia

Wp 4 - Destinazione human centered

Wp 5 - Comunicazione e promozione

BREMBO

PATTO DI COLLABORAZIONE

COMUNITA' MONTANA
VALLE SERIANA
COMUNITA' MONTANA
VAL DI SCALVE
COMUNITA' MONTANA
VALLE BREMBANA
COMUNITA' MONTANA
VALLE IMAGNA
PARCO DELLE OROBIE
BERGAMASCHE
PARCO DEI COLLI DI
BERGAMO

CAMERA DI COMMERCIO DI BERGAMO
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BERGAMO

VEDESETA ATTIVA
NAHR
ATIESSE ASS. TURISTICA SCHILPARIO
PRO LOCO COLERE
PRO LOCO VILMINORE
PRO LOCO ROVETTA
VISIT PRESOLANA

CITTADINI ATTIVI

ACCORDO DI PARTENARIATO

RS IMPIANTI
SACBO SPA
IRTA S.P.A.
CAI BERGAMO
GAL VALLE
SERIANA E DEI
LAGHI
BERGAMASCHI

GAL DEI COLLI DI
BERGAMO E DEL
CANTO ALTO
CONFESERCENTI
BERGAMO
CONFINDUSTRIA
BERGAMO
ASCOM
BERGAMO

COMITATO ASSEMBLARE DEI PARTNER

Gestione del progetto, garanzia di qualità e strategia di monitoraggio e valutazione

Il gruppo di progetto (cabina di regia) si riunirà alla fine del primo mese di lavoro, al fine di verificare il corretto avvio dello stesso e successivamente a cadenza almeno mensile, al fine di monitorare le fasi di realizzazione delle attività e valutare eventuali azioni correttive.

Le attività di monitoraggio e valutazione verranno avviate fin dall'inizio del progetto, attraverso l'individuazione dei partner responsabili di ogni macro-azione. Ogni macro-azione verrà suddivisa in più fasi, per poter gestire e monitorare il rispetto dei tempi, risultati e budget.

La cabina di regia, in primis il coordinatore, sarà responsabile della raccolta dei rapporti di attività e finanziari e dell'invio tempestivo dei rapporti congiunti all'autorità di gestione. All'interno di ogni relazione, tutti i partner dovranno fornire prove dell'avanzamento dell'attuazione del progetto. Se i progressi non sono sufficienti, la cabina di regia richiederà ulteriori chiarimenti e/o aggiustamenti. Il coordinatore monitorerà anche i periodi di rendicontazione e solleciterà attivamente i partner a rispettare le scadenze dei rapporti.

Per assicurare che il progetto sia implementato bene e completato nei tempi previsti, la struttura gestionale sarà composta da:

- Comitato assembleare: In qualità di organo decisionale con l'autorità finale sulle questioni strategiche e a lungo termine, garantirà il monitoraggio generale del progetto. Comprenderà i responsabili dei pacchetti di lavoro e tutti i partner di progetto. Le riunioni si terranno ogni 3 mesi.
- Cabina di regia: guiderà il progetto in base alle decisioni strategiche del CP, garantirà l'esecuzione delle attività in modo tempestivo. Ogni mese si terranno riunioni di follow-up per monitorare il progetto.
- Segreteria del progetto: fornirà supporto tecnico e amministrativo e aiuterà a preparare i rapporti finanziari.

La cabina di regia utilizzerà lo strumento di gestione del progetto (PCM) per tracciare i progressi, monitorare e pianificare l'intero progetto, facilitare l'analisi dei dati e la stesura di rapporti avanzati. Questo strumento fornirà una descrizione dettagliata di ogni pacchetto di lavoro, output, milestone e attività, consentendo di valutare la percentuale di completamento e di identificare le sfide principali nell'esecuzione del progetto.

La metodologia di valutazione applicata al progetto si baserà sulla ruota di Deming: Plan (ogni attività e output del progetto è pianificato per essere consegnato entro una certa scadenza e secondo specifici indicatori di performance), Do (attuazione concreta dei compiti), Check (le azioni saranno valutate rispetto alla pianificazione precedente) e Review (saranno implementate misure correttive, se necessario).

Il Comitato per il controllo della qualità e dei rischi (QR) monitorerà la qualità dei risultati del progetto per l'intera durata del progetto, oltre a monitorare e documentare eventuali discrepanze rispetto al piano di progetto preventivato. Esso definirà gli standard documentali e gli standard di qualità del progetto nella fase iniziale. Il coordinatore supervisionerà inoltre la qualità complessiva del progetto in tutte le sue fasi. Tutti i documenti e risultati chiave saranno sottoposti a una peer

review/revisione generale all'interno del consorzio, da parte di persone che non sono state direttamente coinvolte nella loro produzione. Il consorzio garantisce la condivisione di ciascun risultato chiave del progetto con il territorio in modo da raccogliere spunti e proposte di miglioramento di cui tenere conto laddove possibile. Una matrice di tracciabilità dei rischi sarà mantenuta per tutto il ciclo di vita del progetto.

Tutti i materiali e le informazioni di cui i partecipanti possono avere bisogno per quanto riguarda la gestione saranno forniti dal coordinatore, che faciliterà una comunicazione efficace tra i partner, evitando rischi e risolvendo eventuali problemi.

La cabina di regia si riunirà preventivamente alla scadenza in cui il proponente deve trasmettere al Ministero la relazione semestrale sullo stato di avanzamento dell'intervento illustrativa del livello di conseguimento dei risultati prefissati.

Inoltre, a conclusione del progetto, verrà effettuato un ultimo incontro di sintesi nel quale verranno analizzati gli esiti e le prospettive della replicabilità dell'intervento.

Infine, è prevista la somministrazione di un **questionario pre e post progetto per valutare l'aumento dei flussi e della permanenza media, il sentiment della destinazione e la soddisfazione del visitatore in base all'offerta turistica esistente.**

Indicatori di valutazione

Ad ogni wp è stato assegnato almeno nr 1 indicatore di valutazione per garantire la buona riuscita del progetto ed il suo monitoraggio come da tabella di seguito:

| Work package | Indicatore |
|---------------------------------|--|
| 1 - Nomadi digitali | Nr 4 strutture pilota Nr 30 ulteriori strutture aderenti alla rete |
| 2 - Green e sostenibilità | Nr 1 studio progettazione cartellonistica ed interventi con quadro economico Nr 20 km di piste ciclabili/sentieri e-bike ed escursionistici riqualificati con cartellonistica e servizi |
| 3 - Enogastronomia | Nr 40/50 strutture aderenti alla rete Nr 1 menu Smart orobie Nr 1 lunch box smart orobie |
| 4 - destinazione Human centered | Nr 1 percorso di experience design per operatori - almeno nr 20 partecipazioni complessive, almeno nr 10 nuove esperienze turistiche Nr 1 percorso di accompagnamento dedicato alle botteghe - almeno nr 40 partecipazioni complessive Nr 1 percorso di sensibilizzazione e accompagnamento dedicato alla comunità |

| | |
|--------------------------------|--|
| | locale |
| 5 - Comunicazione e promozione | Nr 1 sito e logo N1 1 paper per social media strategy Nr 1 video promozionale + nr 4 brevi video per social Nr 2 educational tour - partecipazione almeno Nr 10 giornalisti e 4 influencer Nr 2 fiere di settore Nr 4 collaborazioni con tour operator |
| Tutti i work package | Questionario pre e post progetto per valutare l'aumento dei flussi e della permanenza media, il sentiment della destinazione e la soddisfazione del visitatore in base all'offerta turistica esistente |

Efficacia dei costi e gestione finanziaria

La gestione finanziaria sarà affidata al Coordinatore del progetto il quale assicurerà la comprensione delle regole finanziarie del partenariato e stabilendo un efficiente sistema interno di monitoraggio e rendicontazione finanziaria. Pertanto, i partner riceveranno le regole e le indicazioni finanziarie necessarie fin dall'inizio del progetto e riceveranno aggiornamenti ogni volta che il Ministero fornirà nuovi regolamenti.

Le Linee guida per i beneficiari del piano di sviluppo e coesione del Ministero del Turismo faranno chiaramente da caposaldo per una corretta gestione delle risorse.

Per tutta la durata del progetto sono previsti (in linea con le regole del bando):

- il monitoraggio dell'ammissibilità delle spese e della loro congruenza con il piano di bilancio - ogni 6 mesi verrà chiesto ai partner di dichiarare i costi reali sostenuti e le spese previste per i 6 mesi successivi. Il coordinatore analizzerà la coerenza tra queste dichiarazioni e il piano finanziario previsto dal progetto. Eventuali misure correttive saranno raccomandate dal Coordinatore e adattate dal Partner;
- la supervisione che tutti i partecipanti (che saranno responsabili della propria gestione finanziaria interna) forniscano i documenti necessari per la richiesta di rimborso - in base alle regole finanziarie del Programma Erasmus +, il beneficiario indicherà fin dall'inizio quali documenti sono attesi a sostegno di ciascun tipo di spesa. Ogni 6 mesi, insieme alla dichiarazione delle spese sostenute, i partner dovranno fornire i documenti giustificativi. Eventuali misure correttive saranno raccomandate dal Coordinatore e adeguate dai partner;
- rendicontazione delle spese all'ente finanziatore - Il Coordinatore, con il supporto dei Partner, renderà le spese finanziarie all'ente finanziatore, secondo le regole finanziarie del Programma di finanziamento;
- il Coordinatore riceverà la sovvenzione dal Ministero e, sulla base di quanto definito nel budget, la distribuirà di conseguenza ai Partner leader delle wp

Rischi critici e strategia di gestione del rischio

Il progetto adotta un approccio proattivo alla gestione del rischio basato sul monitoraggio continuo e sulla mitigazione diretta del rischio, strutturato in due fasi: a) identificazione dei rischi e b) regole e struttura del processo decisionale. Su questa base, all'inizio del progetto, il beneficiario fornirà un piano di gestione del rischio. Questo piano mostrerà come gestire i diversi tipi di rischio, identificando le possibili procedure e soluzioni, sulla base dei principi dell'Assicurazione di Qualità.

Lo scopo della gestione del rischio è quello di identificare potenziali problemi, fallimenti o ritardi, prima che si verifichino, in modo da poter pianificare la gestione del rischio e le azioni correttive, se necessario, durante tutta la durata del progetto, per mitigare un impatto negativo sulle realizzazioni, sui risultati e sulla qualità complessiva del progetto.

Il coordinatore, coadiuvato dall Comitato per il controllo della qualità e dei rischi (QR), monitorerà la qualità dei risultati del progetto per l'intera durata del progetto, oltre a monitorare e documentare eventuali discrepanze rispetto al piano di progetto preventivato., è responsabile della realizzazione di una strategia globale di gestione del rischio in modo coerente ed efficace, dato che la valutazione del rischio è un processo continuo che fa parte integrante delle attività di gestione del progetto. È stata stabilita una stretta collaborazione con i responsabili delle attività e dei WP per identificare, valutare e gestire i rischi che minacciano la qualità dei risultati del progetto.

| Rischi principali identificati | Come verranno mitigati |
|--|---|
| Partner che si ritirano dal progetto Livello di probabilità: basso Impatto: Medio | Ciascun partner è ben inserito nel proprio settore, è stato coinvolto ed ha da subito condiviso le finalità del progetto in quanto fortemente sentito dal territorio. Inoltre ciascun partner ha il dovere, come da accordo di partenariato, di identificare un referente per il progetto per assicurare il buon andamento. |
| Ritardi nelle procedure amministrative Livello di probabilità: basso Impatto: Medio | Diverse attività progettuali sono in capo ad enti privati, i quali sicuramente non sono soggetti alle complesse procedure amministrative a cui invece gli enti pubblici devono attenersi. Inoltre, tutti i partner saranno supportati dall'ufficio gare e appalti della provincia di Bergamo e dall'esperienza non indifferente, oltre che di quest'ultima, anche di Visit Bergamo, già assegnatario di altri progetti (es. STAI di Regione Lombardia). Infine, all'interno del cronoprogramma le attività sono state ben calibrate assicurando alle tempistiche un buon margine per il completamento delle stesse. |
| Difficoltà di collaborazione tra partner, la quale potrebbe minare la sinergia delle attività progettuali e la buona riuscita del progetto | Coscienti di tale rischio, la cabina di regia, supportata dall'ufficio Europa della Provincia di Bergamo e dal capofila, da subito si è attivata |

| | |
|---|---|
| <p>Livello di probabilità: basso/medio Impatto: Medio</p> | <p>per assicurare il coordinamento, e la definizione delle attività del progetto sin dalle prime fasi, e si è impegnata per coinvolgere tutti i partner aderenti e sostenitori dell’iniziativa. Il progetto prevede no solo il mantenimento della cabina di regia, ma anche la costituzione del comitato assembleare, il quale si riunirà almeno ogni 6 mesi proprio per:</p> <ul style="list-style-type: none"> -garantire il coinvolgimento di tutti i partner -raccogliere idee, spunti e proposte -assicurare una diffusione e promozione capillare del progetto sul territorio -massimizzare i risultati del progetto |
| <p>Difficoltà di coinvolgere gli operatori turistici e la comunità locale nei percorsi di accompagnamento e formazione a loro dedicati Livello di probabilità: basso/medio Impatto: Medio</p> | <p>Verrà assicurata una buona partecipazione agli incontri ed ai percorsi dedicati ai due target grazie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ad un loro coinvolgimento sin dall’avvio del progetto attraverso incontri di presentazione, la costituzione di un indirizzario mail a cui inviare le convocazioni ma anche la condivisione dello stato di avanzamento del progetto nelle sue fasi in modo che si sentano coinvolti e parte attiva - al supporto dei consorzi turistici a cui gli operatori fanno riferimento, ai GAL per aziende agricole e agriturismi, alle associazioni di categoria ed alle associazioni di cittadini attivi parte del patto di collaborazione e a quante vorranno aderire in seguito |

Impatto e ambizione

Al fine di superare le conseguenze negative dovute alla pandemia (calo presenze turistiche, calo dell’occupazione nel settore alberghiero, della ristorazione, dei servizi turistici), occorre supportare gli operatori che lavorano nel turismo e nell’indotto, i cui fabbisogni sono correlati alla ripresa degli arrivi dei turisti e all’incremento della permanenza degli stessi sui nostri territori.

Per incrementare il numero di visitatori e di presenze turistiche occorre studiare degli strumenti volti ad aumentare l’attrattività turistica delle Orobie bergamasche e porre in essere delle **iniziative che promuovano le numerose ma parcellizzate e disgregate offerte del territorio in modo unitario**, sia di tipo naturalistico sia culturale ponendo in primo piano la grande varietà enogastronomica. Lo strumento digitale diventa essenziale per promuovere ad un pubblico quanto più vasto tutte queste iniziative.

L'interdipendenza degli interventi proposti fa da elemento trainante per una modalità d'azione strategica volta all'implementazione della filiera turistica locale: si sviluppa una interconnessione tra gli operatori già attivi, facenti parte della filiera turistica e i bisogni originati dalle nuove azioni messe in atto. L'attuazione degli interventi previsti dal Progetto va così a soddisfare i fabbisogni della filiera turistica già rilevati, creando al contempo un aumento della domanda dei servizi, che viene soddisfatta grazie all'implementazione dell'offerta della filiera turistica stessa, nell'ottica di un arricchimento reciproco.

La polverizzazione della promozione turistica da parte dei singoli soggetti imprenditoriali (criticità più volte citata) viene sostituita da **un'offerta turistica rinnovata, sinergica ed aggregata oltre che ad una politica comunicativa unitaria** a livello di Orobie bergamasche, con capacità di rendere visibile un prodotto spendibile da ciascun operatore economico che può declinare la sua esperienza personalizzata veicolata attraverso una piattaforma internet plurilingue in grado di penetrare non solo il mercato nazionale e di prossimità, ma soprattutto quello internazionale.

L'investimento economico consistente garantisce un impatto decisamente superiore alla sommatoria dei micro interventi che vengono posti in essere dal singolo operatore turistico.

L'incremento atteso delle presenze turistiche, sia dei visitatori che pernottano, sia dei visitatori di giornata, permette un incremento degli orari di apertura degli infopoint e un conseguente incremento del personale, storicamente selezionato fra i giovani e le donne.

L'incremento delle presenze è atteso soprattutto nel settore extralberghiero che ha connotazione imprenditoriale maggiormente femminile e legato a forme di autoimprenditorialità giovanile, così come quelle di guida turistica rivolta a un pubblico straniero. Si genereranno nuove possibilità occupazionali anche nella ristorazione e nel commercio così come lo sviluppo di professionalità per attività di merchandising, trasporti e accoglienza di specifiche tipologie di turismo (cicloturismo).

Complesso stimare quantitativamente l'effetto sull'incremento delle imprese attive, in una fase del tutto nuova per l'economia turistica profondamente toccata dal cambiamento nel periodo post pandemico, ma si stima un **incremento proporzionale all'obiettivo di circa il 10% nell'incremento delle presenze**, in particolare nell'offerta di numero dei posti letto sia in strutture alberghiere che in affittacamere, sia nei centri storici che extramoenia, con la conseguente ricaduta anche in termini occupazionali.

Il comparto turistico può giovare dei benefici derivanti dal maggior numero di presenze attese e un **incremento della permanenza media degli arrivi, grazie ad un'offerta profondamente diversa da quella precedente in quanto capace di fornire servizi sia per i turisti business sia per quelli leisure ma soprattutto per il connubio di questi ultimi, oltre che ad un maggior interesse per le attività comunicate, proposte e incentivate tramite strumenti innovativi digitali.**

Gli interventi proposti favoriranno la nascita di prodotti turistici ed esperienze di visita trasversali all'intero territorio orobico bergamasco, segmento non ancora percepito dalle attività imprenditoriali come fonte di ulteriore attrattività. La presenza di esperienze turistiche costituite da un bouquet di elementi diventa attrattiva per il turista internazionale che trova modo di sperimentare più aspetti dell'offerta turistica nazionale senza doverla costruire da sé. Inoltre il Piano di comunicazione integrato, presuppone lo sviluppo di linguaggi comuni e di rappresentazioni coerenti da parte delle realtà imprenditoriali del territorio, generando un brand unico, riconoscibile

e unificante. Con il progetto ci si attende un incremento del numero di guide turistiche specializzate e una evoluzione del servizio di visita che include nuovi itinerari e modalità di fruizione orientate anche ai prodotti multimediali.

SMART OROBIE - impatto sulla comunità e sui territori:

- stimolare e attivare nuove connessioni, in particolare tra le giovani generazioni → il nomade digitale, oltre alla connessione internet, necessita di **connessione con altre persone che condividono la stessa filosofia di vita**, per soddisfare la necessità di creare relazioni costruttive e abilitanti, perché questo rientra nei bisogni di ogni essere umano. Oltre agli spazi di coworking e coliving sono quindi fondamentali attività che permettano ai Nomadi Digitali, e in generale a persone che arrivano da contesti completamente diversi tra loro, di incontrarsi, conoscersi e di contaminarsi tra loro e con la comunità locale. In questo ci vengono in aiuto le associazioni di cittadini attive coinvolte all'interno del progetto e il wp dedicato alla destinazione human centered.
- promuovere lo sviluppo infrastrutturale della montagna
- mettere in evidenza la rete già esistente
- promuovere e proporre politiche pubbliche
- promuovere nuove forme di organizzazione dei presidi
- da affitti a breve termine → ad affitti a lungo termine (i nomadi digitali possono infatti definirsi anche **"abitanti temporanei"**)
- sostegno all'economia locale: acquisto di esperienze per il tempo libero, acquisto prodotti km0, rinascita dei borghi

Spese principali di un nomade digitale



- maggior rispetto verso la nazione ed attenzione alla sostenibilità → Spostarsi senza vincoli di tempo e di spazio permette ai Nomadi Digitali di avere un **rapporto più profondo con il luogo nel quale si trovano**. Rispetto al turismo mordi e fuggi, che negli ultimi anni ha raggiunto un livello davvero insostenibile per le comunità locali, questo nuovo target di professionisti mobili ha la possibilità di fermarsi per più tempo e legarsi in modo diverso al territorio.



E' prevista la somministrazione di un **questionario pre e post progetto per valutare l'aumento dei flussi e della permanenza media, il sentiment della destinazione e la soddisfazione del visitatore in base all'offerta turistica esistente.**

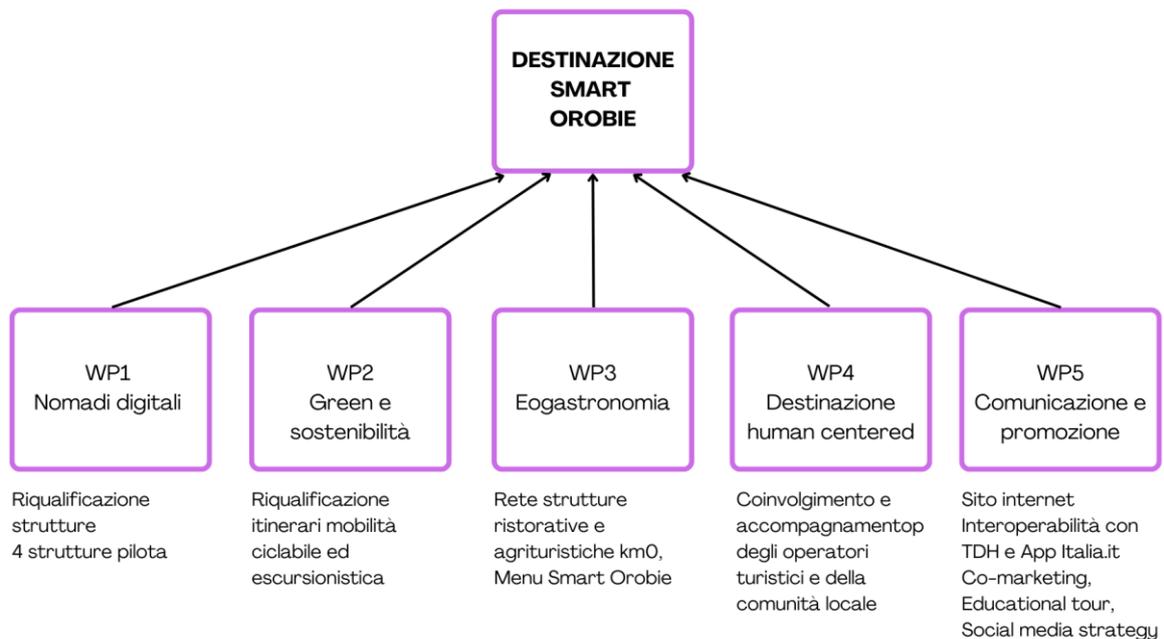
| SCENARIO DI RIFERIMENTO | SCENARIO FUTURO | | | |
|---|---|---|--|--|
| | DESCRIZIONE AZIONI PRINCIPALI (IN BREVE) | INDICATORI DI REALIZZAZIONE | INDICATORI DI RISULTATO | INDICATORI DI IMPATTO |
| Turismo prevalentemente domestico, di prossimità Permanenza media non maggiore di 2,5 giorni circa | WP 1 Azioni 1.1 - 1.5 WP2 Azioni 2.1 - 2.4 WP 3 Azioni 3.1 - 3.5 | 1 report per censimento strutture sul territorio 1 manifestazione di interesse Nr 1 studio progettazione cartellonistica ed interventi con quadro | Nr 4 Macro - strutture pilota riqualificate e pronte per ospitare nomadi digitali Nr 30 strutture ulteriori strutture aderenti alla rete riqualificate e pronte per ospitare nomadi digitali Nr x km di piste ciclabili/sentieri e-bike ed escursionistici riqualificati con | + 5 % flussi turistici + 2 % flussi turistici internazionali Permanenza media da 2,5 giorni circa ad almeno 3 giorni + 10% persone che fruiscono dei sentieri ciclabili |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| | | <p>economico</p> <p>Nr 1 carte dei servizi rete Smart Orobie</p> | <p>cartellonistica e servizi (DA DEFINIRE)</p> <p>Nr 40/50 strutture aderenti alla rete</p> <p>Nr 1 menu Smart orobie</p> <p>Nr 1 lunch box smart orobie</p> | <p>ed escursioni stici</p> <p>+ 5% clienti delle strutture ristorative aderenti alla rete</p> <p>+ 5% clienti stranieri</p> <p>Questionario: rilevare maggiore propensione all'uso di prodotti km0 - filiera corta e maggiore soddisfazione da parte degli imprenditori</p> |
| <p>Offerta turistica fortemente parcellizzata e disconnessa</p> <p>Operatori turistici poco innovativi (ad esclusione di alcune buone pratiche esistenti ma scollegata l'una dall'altra</p> | <p>WP 4 Azioni 4.1 - 4.5</p> <p>WP 5 Azioni 5.1 - 5.8</p> | <p>Nr 1 percorso di experience design</p> <p>Nr 1 percorso di accompagnamento dedicato alle botteghe</p> <p>Nr 1 sito e logo</p> <p>N1 1 paper per social media strategy</p> <p>Nr 1 video promozionale + nr 4 brevi video per social</p> <p>Nr 2 educational tour - Nr 2 fiere di settore</p> <p>Nr 4 collaborazioni con tour operator</p> | <p>Almeno nr 20 partecipazioni complessive,</p> <p>Almeno nr 40 partecipazioni complessive botteghe</p> <p>Partecipazione almeno Nr 10 giornalisti e 4 influencer agli educational tour</p> <p>Nr 10.000 followers pagina lg dopo 3 anni</p> <p>Almeno nr 10 articoli prodotti post educational</p> <p>Almeno nr 1.000 visualizzazioni e 50 condivisioni</p> | <p>Offerta turistica fortemente sinergica e integrata attraverso una rete, la rete Smart Orobie, composta da:</p> <p>-strutture per nomadi digitali</p> <p>-strutture km0</p> <p>-itinerari e-bike ed escursionistici collegati</p> <p>Almeno nr 10 nuove esperienze turistiche</p> <p>+ 10% Aumento esperienze e turistiche innovativ</p> |

| | | | | |
|---|--------------------------|--|--|---|
| | | | dei contenuti prodotti da ciascun influencer post educational | e e diversificate rispetto all'offerta turistica iniziale Nr 8 nuovi pacchetti turistici sviluppati attraverso le collaborazioni con tour operator |
| Mancata cultura dell'ospitalità e dell'accoglienza da parte della comunità locale | WP 4 Azioni 4.1 - 4.5 | Nr 1 percorso di sensibilizzazione e accompagnamento dedicato alla comunità locale | Almeno nr 15/20 partecipazioni per ogni territorio (Val Seriana, Val Brembana, Val di Scalve, Valle Imagna) Almeno il 40% delle partecipazioni deve essere da parte di giovani under 40 | Questionario post progetto: rilevare forte aumento identità territoriale e coesione sociale da parte della comunità locale |

Work Plan

Il work plan del progetto Smart Orobie si compone di 5 pacchetti di lavoro (work package) ben distinti per area tematica ma strettamente interconnessi tra loro. Per garantire la corretta realizzazione di tutte le azioni previste da ciascun wp è stato individuato un referente attuativo, il quale tuttavia dovrà obbligatoriamente avvalersi della collaborazione e delle competenze dei partner di progetto utili ad una migliore e attuazione delle azioni.

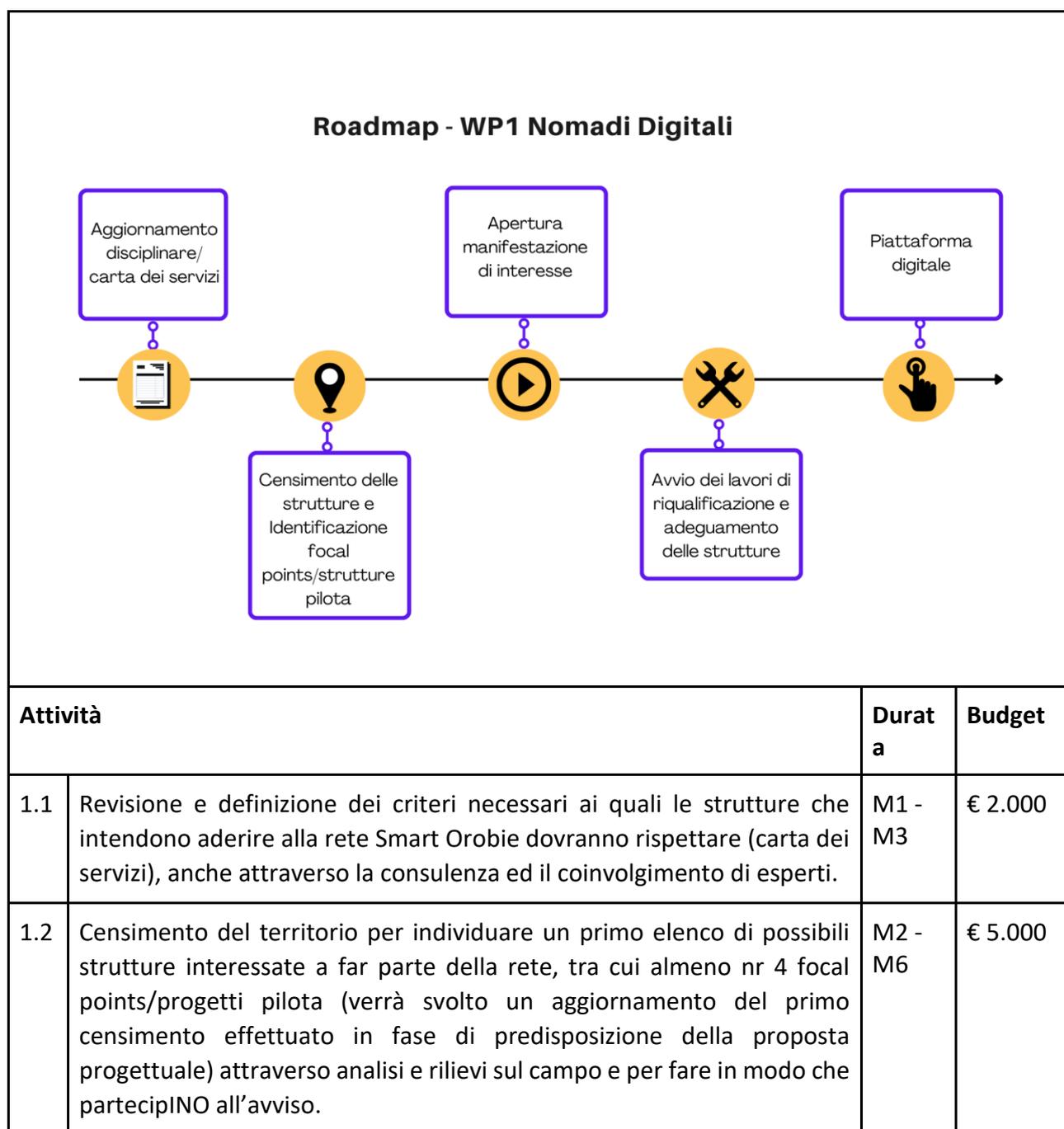


Work package 1 – Nomadi Digitali

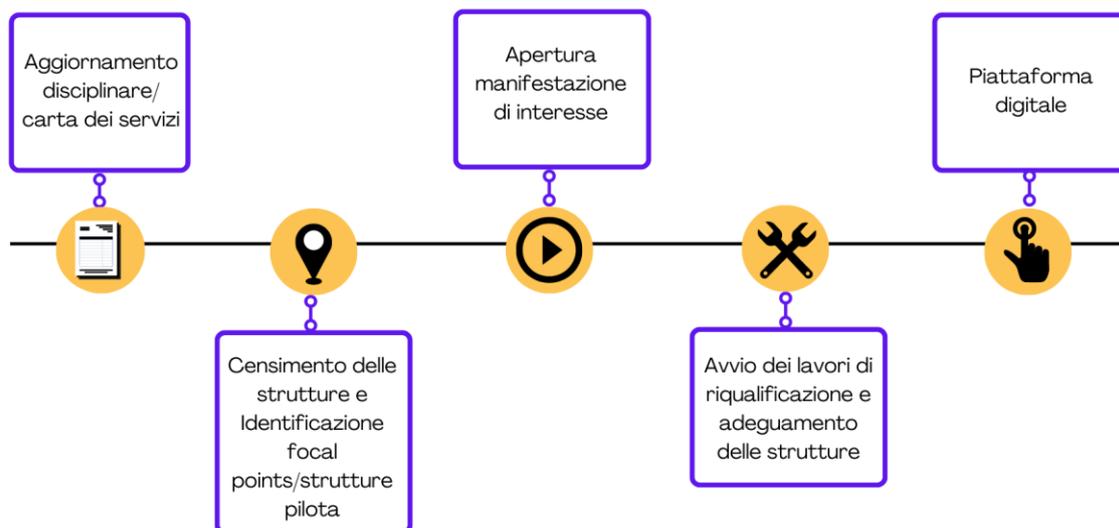
Coordinatore e responsabile attuativo del pacchetto di lavoro: GAL VALLE SERIANA (in collaborazione con la cabina di regia)

Obiettivo specifico a cui risponde: nr 1 - Creare la rete SMART OROBIE.

Il pacchetto di lavoro nr 1 si pone l'obiettivo di creare una rete di soggetti pubblici e privati interessati a riqualificare immobili di proprietà attualmente non utilizzati, al fine di mettere a sistema diversi spazi di cui possano usufruire turisti e locali, in particolare i nomadi digitali e gli smart trekkers attraverso la definizione di un disciplinare specifico (carta dei servizi, predisposta in bozza - si veda paragrafo "Concetto e metodologia").

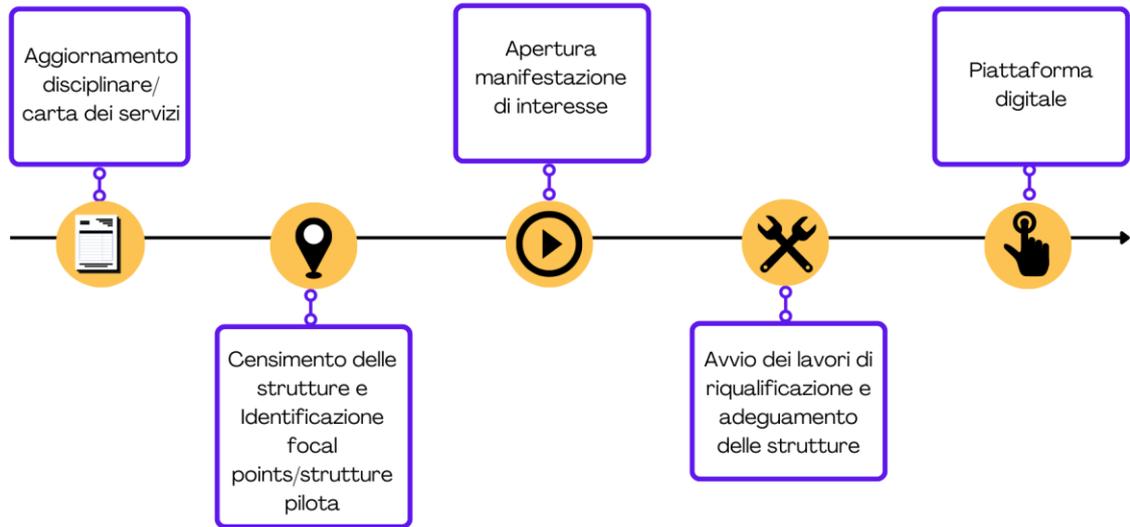


Roadmap - WP1 Nomadi Digitali



| Attività | | Durata | Budget |
|----------|--|--|-----------|
| 1.3 | Apertura di una manifestazione di interesse per raccogliere le strutture che intendono avviare il percorso di riqualificazione e adeguamento al fine di entrare da subito nella rete e raccolta degli interventi necessari tramite questionario ad hoc (tranne per le 4 strutture pilota di cui 2 già identificate). | M6 - M8 | € 10.000 |
| 1.4 | Avvio dei lavori (nr di strutture da definire in base alle risorse disponibili, in via del tutto estimativa si prevede di poter finanziare nr 30 strutture + 4 strutture pilota). Le strutture aderenti andranno incontro ad un percorso di adeguamento che prevede l'erogazione di un voucher pari a circa €10.000 (per le strutture pilota pari ad € 150.000) che coprirà parte dei costi necessari tra cui la consulenza di un esperto (il proprietario della struttura dovrà in ogni caso garantire una parte, anche minima, di cofinanziamento da definire, si stima circa del 30% dell'intervento complessivo) | M9 - M15 | € 900.000 |
| 1.5 | Raccolta dei dati necessari per inserire tali strutture all'interno della piattaforma digitale Smat Orobie (si veda wp5 – comunicazione e promozione) | M15 - fino alla conclusione del progetto | € 3.000 |

Roadmap - WP1 Nomadi Digitali



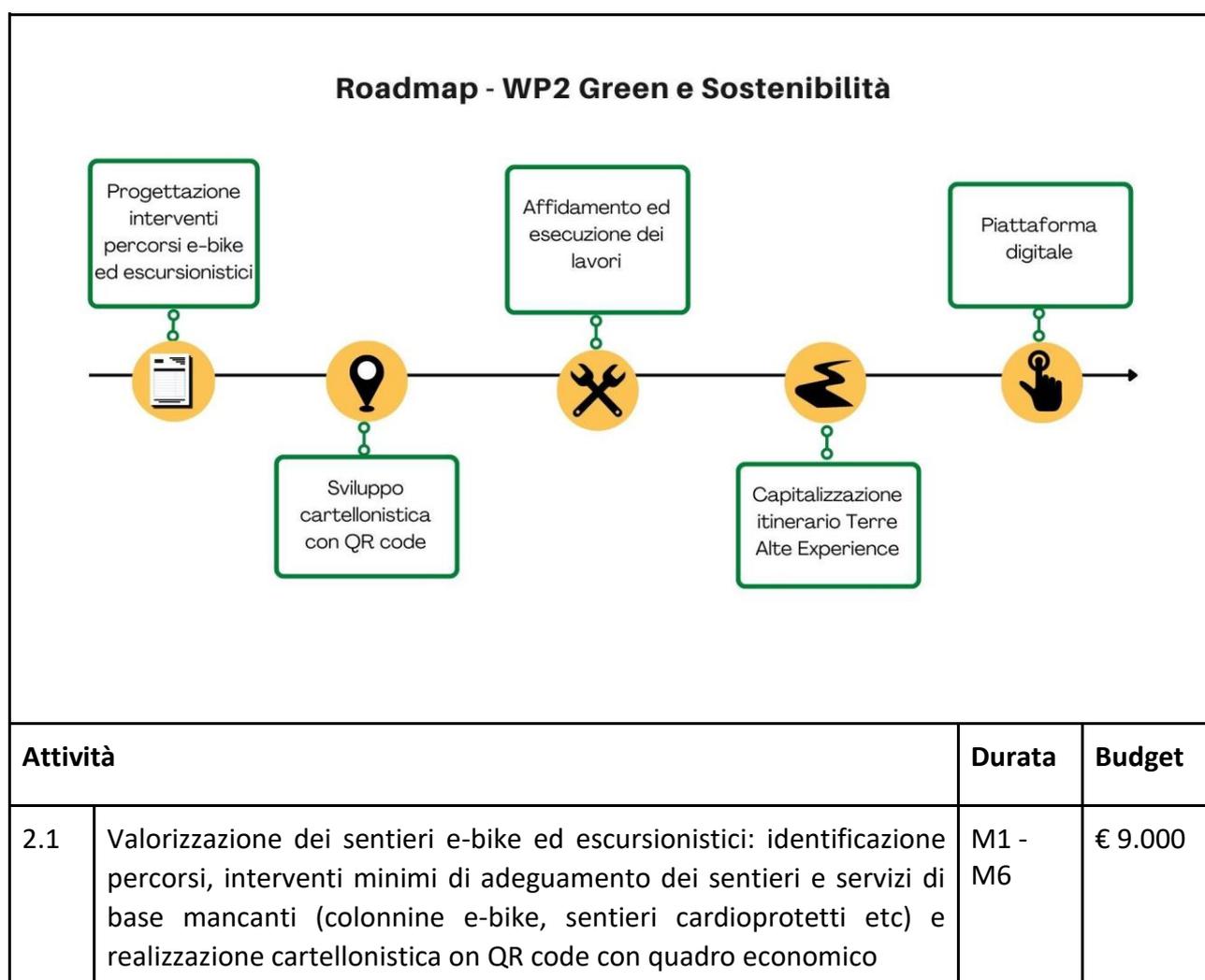
| Attività | | Durata | Budget |
|----------|-----------------------------------|---------------|-----------------------|
| | | to 31/12/2025 | |
| 1.6 | Project Management + fideiussione | M1 - M 36 | 93.000 |
| Totale | | | € 1.013.000 |

Work package 2 – Green e sostenibilità

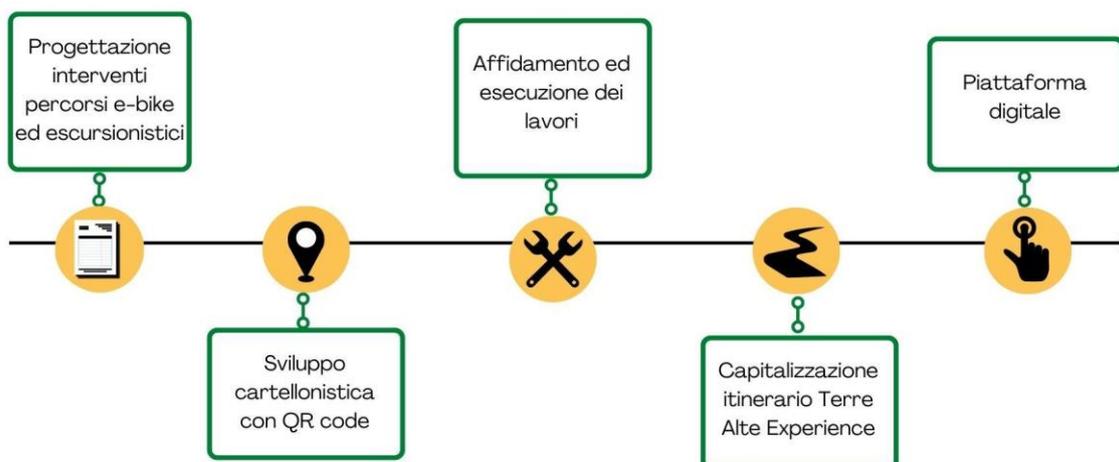
Coordinatore responsabile attuativo del pacchetto di lavoro: GAL VALLE BREMBANA 2020 (in collaborazione con la cabina di regia e in particolare i GAL)

Obiettivo specifico a cui risponde: nr 2 - Creare itinerari ed esperienze uniche in chiave green.

Il pacchetto di lavoro nr 2 si pone l'obiettivo di creare itinerari ed esperienze uniche in chiave green, nuove proposte turistiche di esperienza vera, unica e irripetibile attraverso la formazione e il coinvolgimento degli operatori e delle micro e PMI del territorio facendo leva su due macro progettualità a livello provinciale già in fase di realizzazione ovvero Orobikeando (www.orobikeando.it, dedicato alla promozione delle orobie bergamasche e delle annesse eccellenze agroalimentari attraverso la mobilità ciclabile) e Terre Alte Experience (creazione di un itinerario esperienziale e di mobilità sostenibile tra Bergamo e Brescia che leghi i due territori passando per le Terre Alte e che permetta di scoprire alcuni tesori nascosti), i quali faranno da traino per lo sviluppo e/o il coinvolgimento di ulteriori progettualità a livello locale già attive o in programma. Il risultato finale sarà la realizzazione di una fitta rete di itinerari ed esperienze ben collegati tra loro attraverso mezzi di trasporto a basso impatto ambientale (a piedi o in bicicletta) che permettano al nomade digitale di spostarsi da una struttura all'altra (smart trekking) e di usufruire di servizi di qualità (prodotti km0, esperienze sportive/culinarie/culturali/eventi per il tempo libero, botteghe di prossimità, servizi legati alla logistica ed agli spostamenti...).



Roadmap - WP2 Green e Sostenibilità



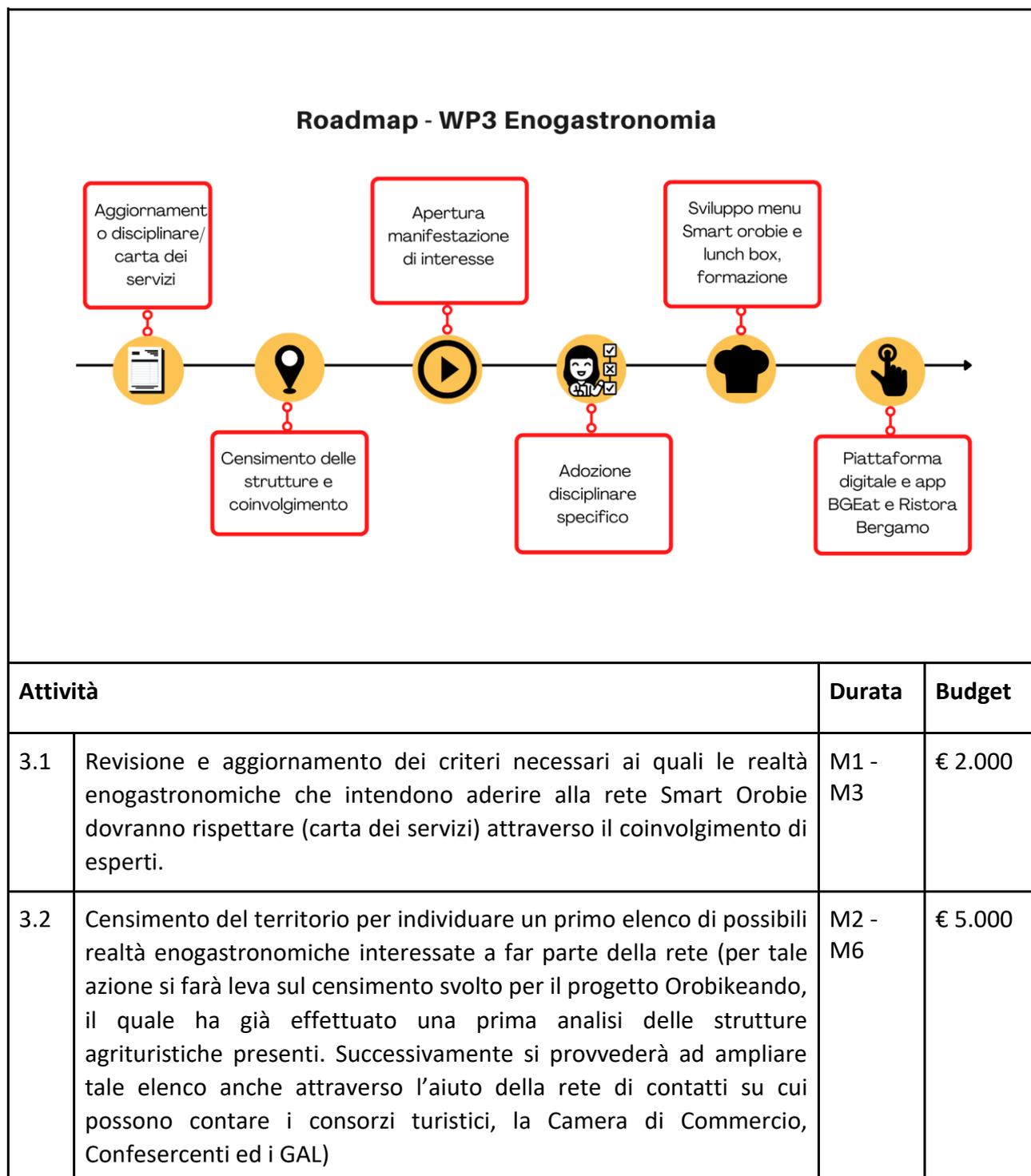
| Attività | | Durata | Budget |
|----------|---|---|------------------|
| 2.2 | Avvio dei lavori - Posa cartellonistica, servizi necessari (colonnine di ricarica, defibrillatori, colonnine di manutenzione, rastrelliere) | M6 - M24 | € 300.000 |
| 2.3 | Capitalizzazione del progetto terre alte experience: l'itinerario sviluppato e promosso in occasione di Bergamo-Brescia capitale della cultura verrà reso permanente attraverso il dialogo con gli operatori coinvolti e il mantenimento dei pacchetti turistici già avviati. | M12 - M24 | € 40.000 |
| 2.4 | Raccolta dei dati necessari per inserire gli itinerari all'interno della piattaforma digitale Smat Orobie (si veda wp5 – comunicazione e promozione). | M24 - fino alla conclusione del progetto o 31/12/2025 | € 3.000 |
| Totale | | | € 352.000 |

Work package 3 – Enogastronomia

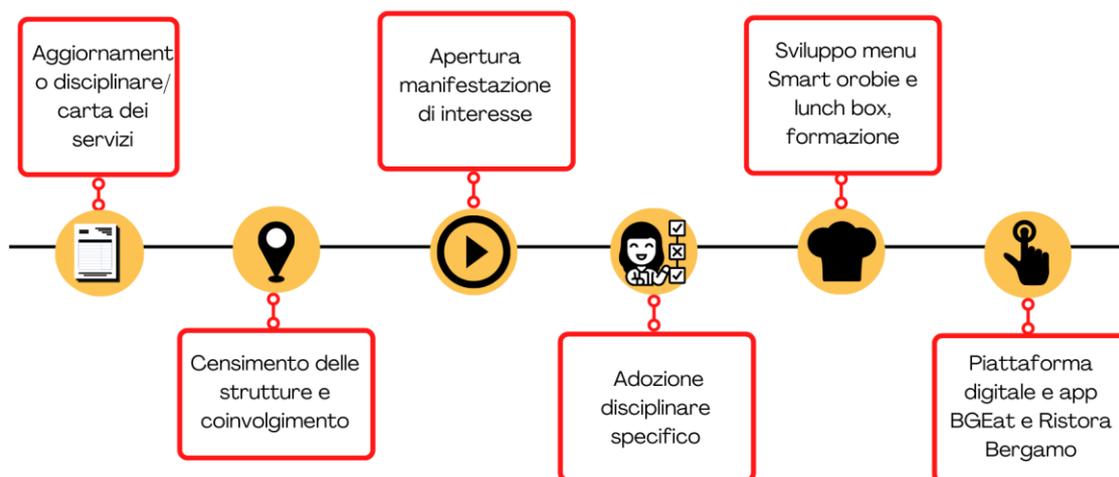
Coordinatore e responsabile attuativo del pacchetto di lavoro: Orobiestyle (in collaborazione con la cabina di regia, i GAL e Nt Next)

Obiettivo specifico a cui risponde: Nr 1 - Creare la rete SMART OROBIE.

Il pacchetto di lavoro nr 3 si pone l'obiettivo di creare una rete di strutture che offrano servizi legati alla cucina orobica ovvero piatti tradizionali o rivisitazioni innovative degli stessi con ingredienti km0 ed un sistema di Delivery km0 attraverso la definizione di un disciplinare specifico (carta dei servizi, si veda wp1) e l'ampliamento e aggiornamento dell'esistente app BGEat e Ristora Bergamo.

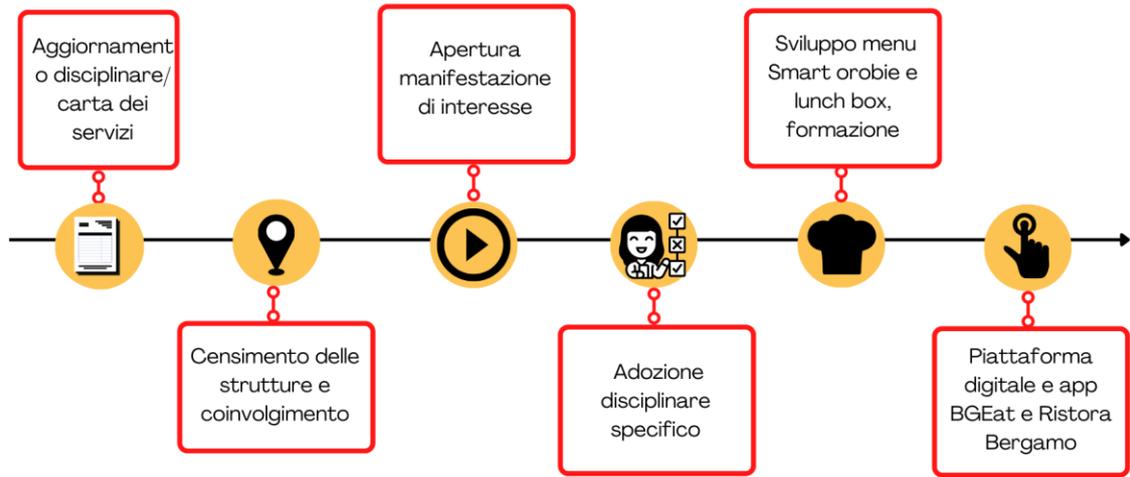


Roadmap - WP3 Enogastronomia



| Attività | | Durata | Budget |
|----------|---|---|----------|
| 3.3 | Creazione menu e lunch box smart orobie attraverso la consulenza specialistica di esperti. Si valuta in questa fase anche la collaborazione con aziende del territorio (es. my cooking box) | M3 - M6 | € 10.000 |
| 3.4 | Apertura di una manifestazione di interesse per raccogliere le realtà enogastronomiche che intendono avviare il percorso di formazione e accompagnamento e aderire alla rete Smart Orobie | M6 - M8 | € 10.000 |
| 3.5 | Percorso di accompagnamento da parte di esperti alle realtà aderenti alla rete (si stima un'adesione iniziale di circa 40/50 strutture) | M9 - M24 | €90.000 |
| 3.6 | Ampliamento e aggiornamento App BGEat e Ristora Bergamo | M24 - fino alla conclusione del progetto o 31/12/2025 | € 30.000 |
| 3.7 | Raccolta dei dati necessari per inserire tali realtà all'interno della piattaforma digitale Smart Orobie (si veda wp4 – comunicazione e promozione) | M24 - fino alla conclusione del | € 2.000 |

Roadmap - WP3 Enogastronomia



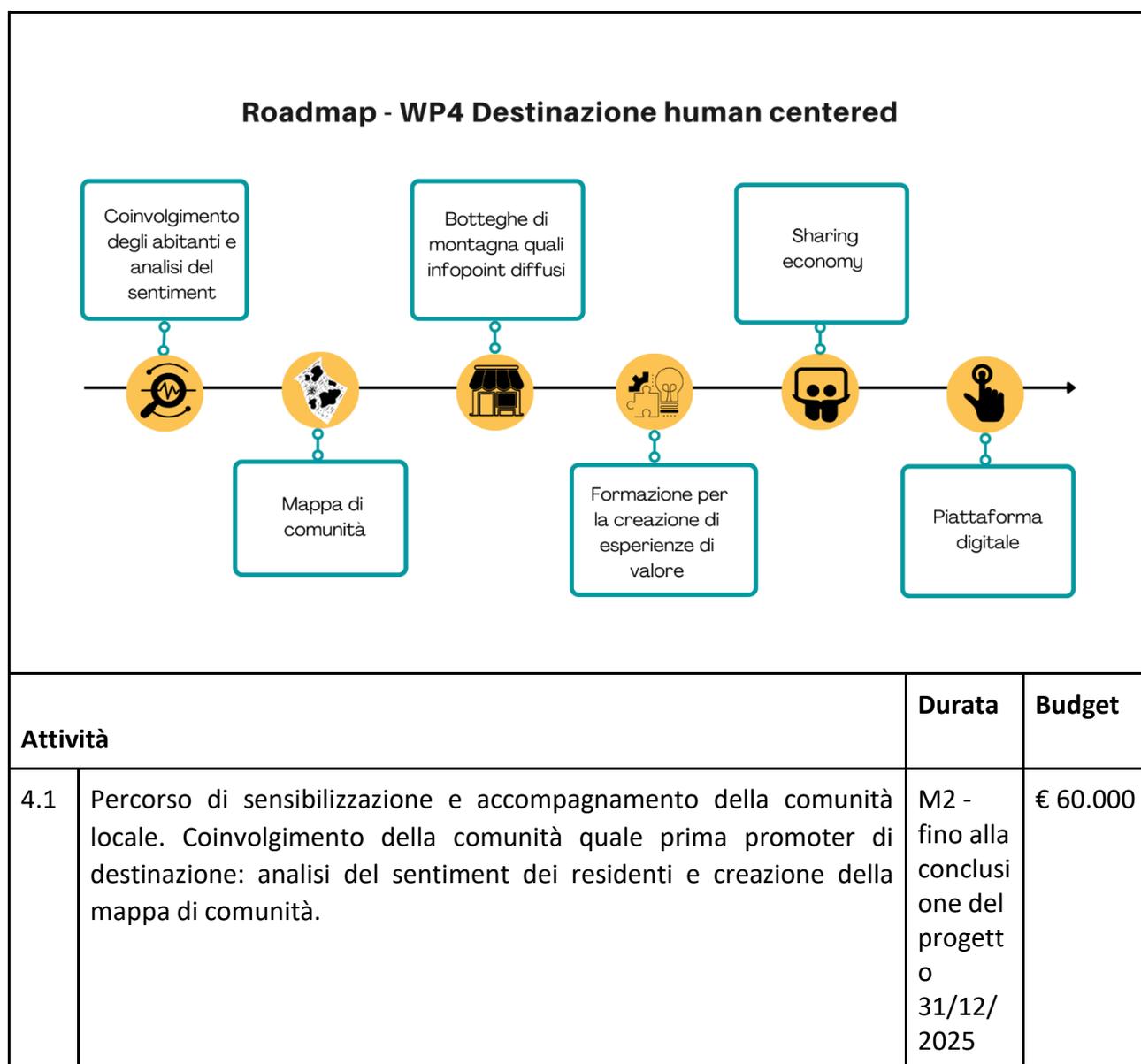
| Attività | Durata | Budget |
|----------|--------------------------------|--------|
| | progett o 31/12/ 2025 | |
| Totale | € 149.000 | |

Work package 4 – Destinazione human centered

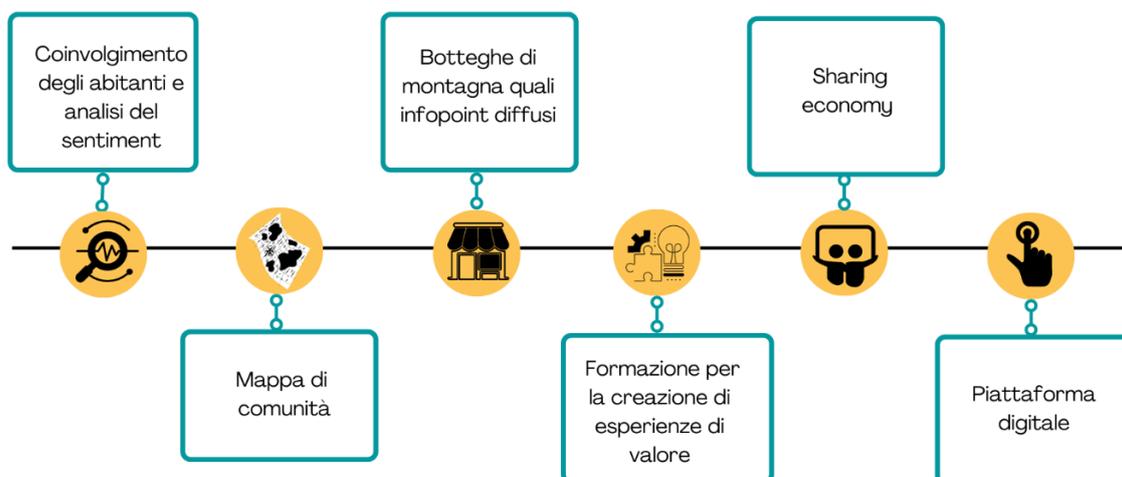
Coordinatore e responsabile attuativo del pacchetto di lavoro: Promoserio (in collaborazione con la cabina di regia ed i GAL)

Obiettivo specifico a cui risponde: Nr 3 e 4 - Creare nuovi pacchetti turistici + Contrastare lo spopolamento e la mancanza di servizi lavorando per creare una destinazione il più possibile human centered.

Il pacchetto di lavoro nr 4 si pone l'obiettivo di partire proprio dagli individui per progettare la destinazione Smart Orobie lavorando sul concetto del "marketing of care": persino laddove l'elemento umano rischia di perdersi nei meandri della tecnologia, è importante il fattore della cura verso le persone che non sono più "users" ma "humans". Una grande dimostrazione di ascolto, che parte prima di tutto dalla percezione dei residenti per poter costruire strategie efficaci di destinazione, la quale partirà dall'empatia per divenire sempre più antifragile e adattiva, dunque capace di rispondere in maniera migliorativa agli eventi interni ed esterni.

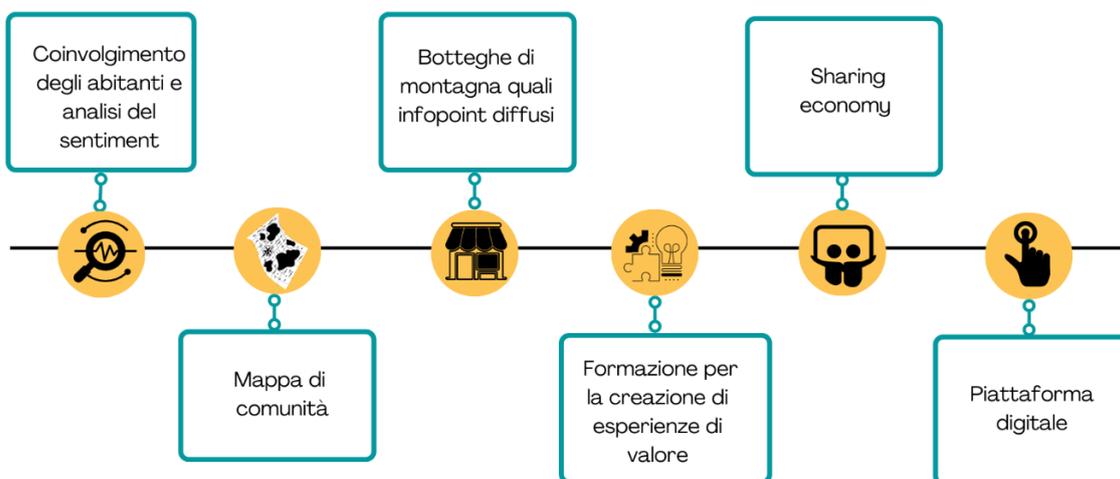


Roadmap - WP4 Destinazione human centered



| Attività | | Durata | Budget |
|----------|---|---|----------|
| 4.2 | Botteghe di montagna: formazione poiché diventino infopoint diffusi sul territorio (non si limiteranno a vendere prodotti ma inizieranno ad accogliere i visitatori come si accoglie un amico che viene a trovarli: raccontandogli come vivere il luogo al pari di un residente permanente, suggerendo luoghi e scorci particolari, esperienze uniche da vivere con gli artigiani etc). | M2 - fino alla conclusione del progetto 31/12/2025 | € 30.000 |
| 4.3 | Formazione e coinvolgimento degli operatori e delle PMI del territorio così come degli operatori turistici: le imprese del territorio saranno invitate ad intraprendere un percorso di formazione e accompagnamento attraverso laboratori didattico-esperienziali di Experience Design finalizzati allo sviluppo di esperienze di valore condivise, favorendo la messa in rete delle realtà imprenditoriali partecipanti. A partire dalla mappatura dell'offerta del territorio ed in collaborazione con un consulente esperto in tour operator si progetteranno almeno 10 nuove esperienze da vivere nella destinazione e verranno messe a sistema con l'offerta turistica già presente. | M12 - M30 | € 63.000 |
| 4.4 | Sharing economy: ampliamento della già esistente piattaforma di Visit Bergamo e dei consorzi turistici (sezione "esperienze"). Verrà aperto un appello e un percorso di formazione aperto a tutti i cittadini che | M12 - M30 | € 25.000 |

Roadmap - WP4 Destinazione human centered



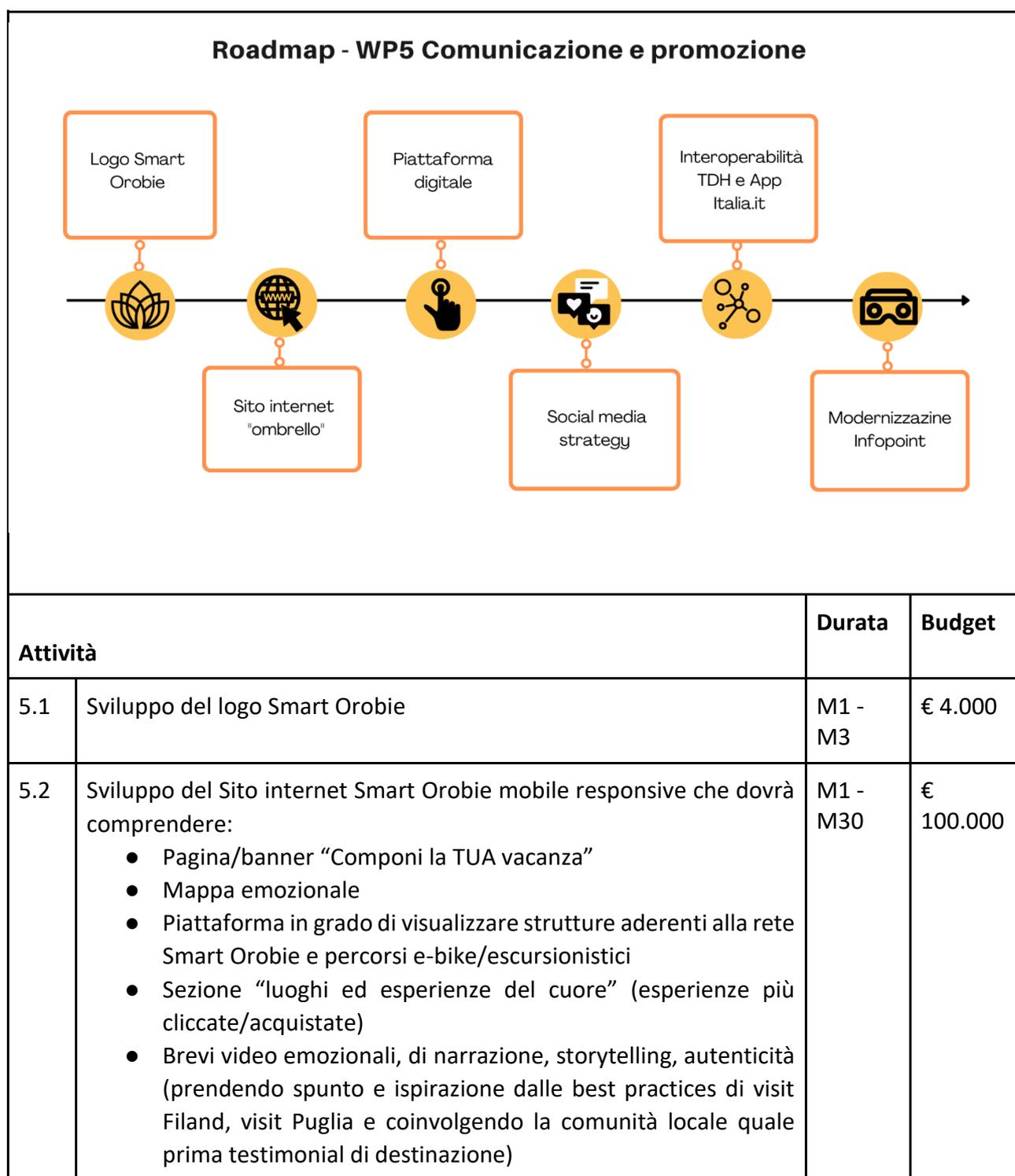
| Attività | | Durata | Budget |
|----------|---|---|------------------|
| | desiderano farsi promotori di esperienze sul territorio; essi saranno coinvolti anche grazie alle associazioni di cittadini attivi. L'offerta di esperienze autentiche proposte dai locali, le quali saranno promosse e acquistabili dal sito: tour guidati che svelano i segreti del borgo, cene organizzate a casa di persone del posto, attività tradizionali e d'artigianato, corsi di cucina etc. I turisti potranno in questo modo connettersi con le comunità locali in maniera diretta, dal momento della prenotazione fino a quello dell'incontro, generando un senso più stretto di appartenenza alla destinazione. | | |
| 4.5 | Raccolta dei dati necessari per inserire le esperienze create all'interno della piattaforma digitale Smat Orobie (si veda wp4 – comunicazione e promozione), | M24 - fino alla conclusione del progetto o 31/12/2025 | € 2.000 |
| Totale | | | € 180.000 |

Work package 5 – Comunicazione e promozione

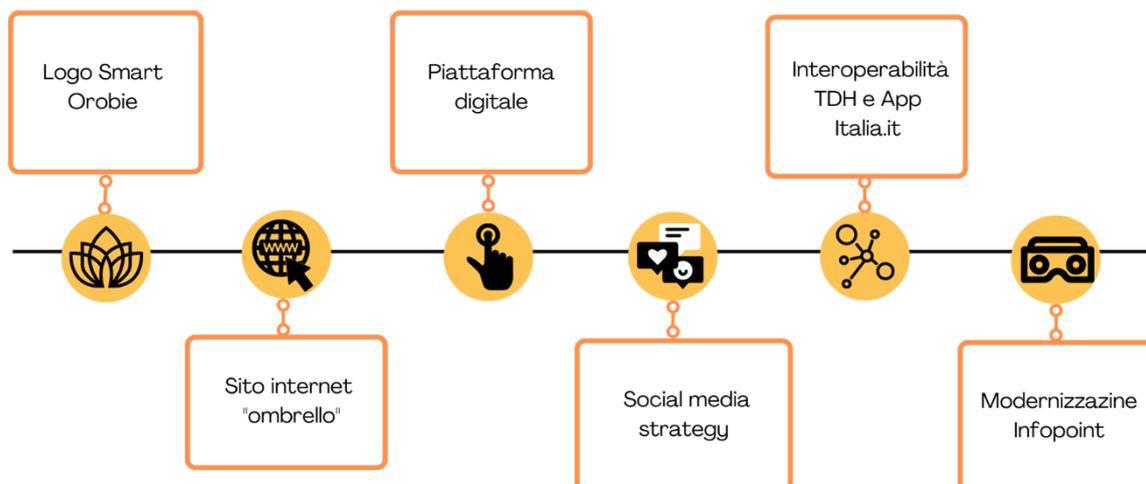
Coordinatore e responsabile attuativo del pacchetto di lavoro: Nt Next (in collaborazione con la cabina di regia, in particolare i consorzi turistici)

Obiettivo specifico a cui risponde: Nr 5 Adottare una strategia di comunicazione e promozione ad hoc

Il pacchetto di lavoro nr 5 si pone l'obiettivo di sviluppare una destinazione il più possibile "nativa digitale" e attrattiva per Millenials e generazione Z.

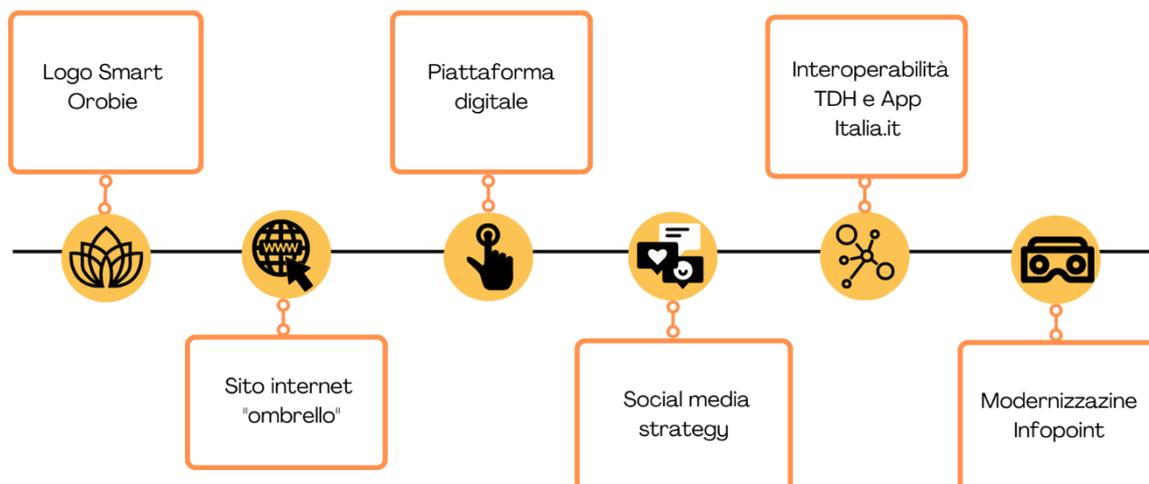


Roadmap - WP5 Comunicazione e promozione



| Attività | | Durata | Budget |
|----------|---|-----------|----------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Social wall | | |
| 5.3 | Social media strategy, canali social di destinazione | M12 - M30 | € 27.000 |
| 5.4 | Interoperabilità con TDH e APP itaia.it del sito internet, della piattaforma digitale e dell'app BGEat e Ristora Bergamo, Adattamento dei contenuti digitali già esistenti alle "Linee Guida Contenuti Italia.it" ed adozione delle stesse per i contenuti futuri | M6 - M30 | € 25.000 |
| 5.5 | Creazione di nuovi contenuti - brevi video emozionali (narrazione, storytelling, autenticità: Mostrarsi per ciò che siamo, con pregi e difetti, accenti e dialetti vedi esempio di Visit Finland, Visit Puglia) | M24 - M30 | € 40.000 |
| 5.6 | Modernizzazione degli infopoint attraverso l'installazione di social walls | M24 - M30 | €40.000 |
| 5.7 | Partecipazione ai principali eventi del settore turistico in Italia e all'estero con l'obiettivo di promuovere ed intercettare nuove opportunità per la commercializzazione del territorio e Collaborazioni con tour operator e piattaforme internazionali (es. Networking ed Airbnb) | M24 - M30 | € 25.000 |

Roadmap - WP5 Comunicazione e promozione



| Attività | | Durata | Budget |
|----------|---|-----------|------------------|
| 5.8 | Nr 2 educational tour: uno dedicato ai giornalisti ed uno agli influencer, invitandoli a trascorrere un periodo nella destinazione, a vivere da locale ed a testare tutte le più belle attività | M24 - M36 | €45.000 |
| Totale | | | € 306.000 |

Legittimità dell'intervento

Il progetto Smart Orobie si pone in linea con il **Piano Regionale di Sviluppo/DEFR 2022** (Valido per il triennio 2023-2025)¹⁵, contribuendo sensibilmente ad alcuni dei risultati attesi ed in particolare ai seguenti macro obiettivi ed azioni:

- **Investimenti, Competitività delle Imprese, Ricerca e Attrattività del Territorio:**
 - Macro obiettivi: Promozione e della trasformazione industriale verso la transizione digitale e green anche favorendo la nascita e/o il consolidamento di infrastrutture in logica di Hub tecnologici
 - Azioni: Sostegno alla ripresa e al rilancio dei quartieri fieristici territoriali dopo la crisi indotta dall'emergenza epidemiologica da Covid-19, Miglioramento strutture, formazione operatori e iniziative per potenziamento dei servizi e delle attività offerte presso gli istituti culturali lombardi, Rilancio del settore della promozione educativa culturale attraverso il sostegno a eventi e manifestazioni culturali, festival letterari, incontri, convegni e seminari culturali.
- **Promuovere e Consolidare Modelli Sostenibili e Innovativi di Sviluppo, Produzione, Distribuzione e Consumo:**
 - Macro obiettivi: Promozione di modelli organizzativi degli ambienti di lavoro, economici e di mobilità improntati alla flessibilità, alla digitalizzazione e alla sostenibilità ambientale e sviluppo delle relative competenze, Sviluppo dell'innovazione aperta per rafforzare il livello di cooperazione e fiducia con i cittadini, Sviluppo di app e servizi digitali per i cittadini, Accompagnamento alla trasformazione e sostegno della competitività del sistema distributivo nell'era del digitale
 - Azioni: Incentivare la costituzione di nuove aziende agricole condotte da giovani agricoltori per favorire l'innovazione, Promuovere e sostenere progetti di filiera corta
- **Rilancio dell'Attrattività Turistica anche in chiave Culturale e Sportiva della Regione Lombardia:**
 - Macro obiettivi: Promozione del prodotto turistico "Lombardia", in particolare sui mercati esteri con maggiori potenzialità di incremento dei flussi turistici, Sostegno alla filiera turistica; Sostegno allo sport outdoor quale volano per il rafforzamento del turismo sportivo di montagna e di pianura, Rilancio dei comprensori sciistici lombardi e riqualificazione delle infrastrutture e dei servizi per lo sport di montagna sia a supporto della destagionalizzazione che in vista dell'ospitalità delle rappresentanze nazionali prima e durante i Giochi olimpici invernali Milano –Cortina 2026ù
 - Azioni: Sostegno alle imprese del settore turistico, anche con un'attenzione ai temi della sostenibilità coerentemente con gli obiettivi programmatici e le risorse della programmazione comunitaria 2021-2027, Sostegno alla valorizzazione del territorio in chiave di marketing territoriale, anche con riferimento agli indirizzi della strategia regionale per lo sviluppo sostenibile e mediante interventi rivolti alle destinazioni

¹⁵ https://www.regione.lombardia.it/wps/wcm/connect/a9e7210f-6b1d-4dcf-bcd9-401f6051ace9/D.G.R.+XI_6560_del_30_06_2022_DEFR_2022.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-a9e7210f-6b1d-4dcf-bcd9-401f6051ace9-o81q6KP

locali, Sostegno a progetti di conoscenza e valorizzazione, anche digitale, del patrimonio culturale degli istituti e luoghi della cultura, del patrimonio culturale immateriale, del patrimonio Unesco e degli itinerari, culturali e del patrimonio diffuso sul territorio, Rifugi Lombardi: sostegno per interventi di riqualificazione delle strutture e attività di promozione, Realizzazione degli interventi di valorizzazione del turismo nelle Aree interne,

- **Infrastrutture per la Mobilità e Autostrade Digitali:**
 - Macro obiettivi: Promuovere forme di trasporto più sostenibili (mobilità ciclistica e elettrica), Potenziare la connettività del territorio, Sviluppare l'integrazione modale delle infrastrutture in sinergia con quella dei servizi
 - Azioni. Sviluppo delle infrastrutture per la mobilità ciclistica (percorsi ciclabili di valenza locale/sovracomunale, di interesse regionale e Ciclovie nazionali Vento, Sole e Garda), Infrastrutturazione a Banda Ultra Larga delle aree bianche del territorio regionale
- **Favorire il riequilibrio territoriale: lo sviluppo delle aree montane e dei territori fragili:**
 - Macro obiettivi: Ridurre lo spopolamento e la perdita di competitività dei territori montani ed aree fragili, Potenziare i sistemi economici locali, Garantire il rilancio dei territori montani nello scenario Olimpiadi 2026
 - Azioni: Interventi per l'accessibilità dei territori montani, finalizzati anche alla crescita del turismo sostenibile, e lo sviluppo della rete escursionistica e cicloturistica

Transition Pathway for Tourism presentato dalla Commissione europea

Principali aspetti a cui il progetto Smart Orobie contribuisce in modo evidente:

- **Topic 2: Regulatory support for multimodal travelling:** la costruzione di pacchetti turistici e la presenza di una piattaforma integrata di servizi sul sito Smart Orobie favoriranno e faciliteranno una pianificazione del viaggio e biglietteria multimodale attraverso i servizi digitali
- **Topic 7: Circularity of tourism services Developing the use of locally supplied ingredients with low environmental footprint to reduce the environmental impact of food services:** la definizione di un disciplinare specifico riguardante anche l'agroalimentare incentiverà un numero sempre maggiore di strutture Sviluppare l'uso di ingredienti forniti localmente ingredienti a bassa impronta ambientale per ridurre l'impatto ambientale dei servizi
- **Topic 10: Improving the availability of online information on tourism offer:** il progetto prevede lo sviluppo di collaborazioni con tour operator e piattaforme internazionali (es. Networking ed Airbnb) fornire maggiore visibilità ai fornitori di alloggi certificati Smart Orobie
- **Topic 21: Educational organisations to engage in developing and renewing tourism education:** la Provincia di Bergamo, partner di progetto, sta sviluppando la proposta progettuale "Young Shapers" a avlere sulla call Erasmus + - key action 2, la quale verrà presentata il 4/10/2022. Il progetto prevede di costituire una community di MOuntain Ambassadors per favoreire la partecipazione civica dei giovani e la gestione e valorizzazione del bene comuen montagna; inoltre vi saranno diverse attività formative per favorire lo sviluppo di competenze legate ai green jobs e comprendenti anche e soperattutto il settore turistico.

- **Topic 26: Tourism services for visitors and residents alike:** il progetto prevede un'azione specifica dedicata al coinvolgimento della comunità locale così come un percorso di accompagnamento per le botteghe di montagna e degli operatori turistici. Inoltre è prevista un'attività dedicata ai locali per favorire la sharing economy.

Il progetto si pone infine in linea con il **Green Deal Europeo** (in particolare attraverso la l'accompagnamento del territorio verso un'offerta agroalimentare, ma anche turistica, sempre più sostenibile - si pensi ai prodotti km0 e la mobilità dolce), così come con la **Strategia di Uguaglianza per i Diritti delle Persone con Disabilità 2021-2030 dell'Unione Europea** (attraverso gli obiettivi del Bando STAI a cui il territorio sta già lavorando - si veda sezione complementarietà - per fare in modo che il territorio possa essere il più possibile accessibile e inclusivo).