

Tamaro, la montagna che unisce

Breve descrizione

Il **Monte Tamaro** è l'elemento che caratterizza la catena montuosa che unisce il Lago Maggiore, il Piano di Magadino (e Bellinzona), la Valle del Vedeggio (e il Luganese) per spingersi verso il Monte Lema (con il Malcantone) e la provincia di Varese; una funzione di collegamento illustrata dalla Traversata Tamaro-Lema nota in tutta la Svizzera.

Dal giugno 2013 il nome Tamaro è promosso in Svizzera, in Lombardia ed anche all'estero dall'apertura di Splash e SPA Tamaro, il «parco acquatico più moderno e spettacolare d'Europa».

Inoltre:

- gli impianti della Monte Tamaro e di Splash e SPA hanno un potenziale di oltre 350'000 visitatori all'anno;
- entro un raggio di un'ora in auto vivono 4.2 milioni di persone,
- l'autostrada A2 è parte del percorso che idealmente collega tre «capitali europee» del divertimento: Europa Park, Tamaro Park, Gardaland; ogni anno si contano più di 17 milioni di passaggi (circa 47'000 PMG);
- con l'apertura di AlpTransit (2016) la regione del Tamaro si avvicinerà notevolmente all'area metropolitana di Zurigo e alla Svizzera centrale.

Il progetto «**Tamaro, la montagna che unisce**» si ispira al progetto Rigi Plus¹ per valutare il valore e la potenzialità della «Regione Tamaro» negli ambiti del turismo, del paesaggio, dell'agricoltura, ecc. I promotori vogliono inoltre individuare strategie e modalità per aumentare le ricadute – su un comprensorio allargato – degli investimenti privati che hanno finanziato il «**Tamaro Park**», ovvero l'insieme delle attività della Monte Tamaro e di Splash e SPA Tamaro.

Obiettivi

Il progetto si propone di individuare:

1. **il potenziale di sviluppo turistico** della regione del Monte Tamaro
2. **gli investimenti e le iniziative utili per valorizzare il potenziale della regione**, incrementare il valore aggiunto e le ricadute a favore di tutto il territorio, degli attori turistici ed economici e, in generale, della popolazione
3. **i progetti e le iniziative esistenti** (e in fase di sviluppo) che possono essere motore e volano di questo sviluppo

Lo studio strategico dovrà inoltre **offrire un quadro complessivo per la valutazione delle iniziative meritevoli di un aiuto pubblico** nell'ambito della politica economica regionale e delle politiche settoriali interessate (agricoltura, forestale, percorsi escursionistici, ecc.).

¹ http://rapport.planval.ch/seco_project/project_detail.php?projectID=26&languageID=3

Promotori del progetto

Promotore del progetto sarà l'associazione «**Tamaro, la montagna che unisce**» che potrebbe essere costituita da 6-7 soci e più precisamente:

- i comuni di Monteceneri, Migliegla e Gambarogno
- gli Enti turistici di Lugano e Gambarogno
- la Monte Tamaro SA, Splash e SPA Tamaro SA

Si pensa ad una struttura snella con comitato (3 rappresentanti "politici" dei soci) e un gruppo operativo (segretari e direttori) coordinato da un Project manager. Per lo studio strategico si farà capo a uno o più consulenti esterni o Istituti di ricerca.

Perimetro di studio

Il «**nucleo centrale**» comprende:

La dorsale Tamaro-Lema ed i suoi versanti compresi il fondovalle del Vedeggio (fino al Dosso di Sigirino), l'alto Malcantone, il Gambarogno e la riva italiana del Lago Maggiore (fino a Luino).

La «**macro-area**» comprende invece:

Il resto del Malcantone e del fondovalle del Vedeggio (dal Dosso di Sigirino alla foce), il resto comprensorio di Monteceneri (Cima di Medeglia), il Piano di Magadino e Bellinzona; le aree urbane di Lugano e Locarno; l'area di Varese e dei suoi laghi.

Possibile struttura del progetto

Sulla base delle esperienze acquisite con il progetto NPR «Rigi Plus» il progetto può essere articolato in 4 moduli.

- **Elaborare una visione e un modello sviluppo**
- **Coinvolgere e sensibilizzare gli attori, motivarli all'azione**
- **Governance del progetto**
- **Avviare ed accompagnare i progetti**

Indice documento finale

I promotori hanno individuato 5 azioni:

- Fotografare la realtà attuale
- Conoscere i fruitori della regione del Tamaro (ticinesi e turisti)
- Identificare i target per potenziali clienti
- Elaborare:
 - i. Analisi SWOT (forze, debolezze, opportunità e rischi)
 - ii. Una visione per il Tamaro 2030 e le sfide per realizzarla
 - iii. Idee e proposte per nuovi progetti e prodotti
- Proporre:
 - i. Elenco delle azioni e dei progetti ordinati secondo un ordine di priorità
 - ii. Valutazione della fattibilità e della sostenibilità dei progetti prioritari (Priorità 1 e 2)
 - iii. Programma d'attuazione: attori, risorse, tempi
 - iv. Strutture organizzative e modelli operativi

Stato del progetto

I Comuni, gli Enti turistici e i privati interessati condividono gli obiettivi e i contenuti del progetto. Lo statuto dell'Associazione è pronto ma prima della costituzione è stata richiesta una più precisa valutazione dei costi.

L'ERSL ha indicato il progetto tra quelli prioritari per il periodo 2012-2015.

Il 14 maggio 2013 l'Ufficio per lo sviluppo economico (USE) ha confermato all'ARSL «la disponibilità a sostenere finanziariamente la realizzazione dello studio strategico» con **un sussidio a fondo perso NPR fino al 90% dei costi**.

L'avvio del progetto per la seconda fase del «Tamaro Park» (albergo) spetta ai proprietari del terreno. Anche in questo caso l'USE ha confermato la disponibilità di aiuti per le eventuali varianti di Piano Regolatore e per alcuni approfondimenti necessari per il piano degli affari.

Prossimi passi

- L'ARSL elabora una più precisa fotografia della realtà:
 - I. Offerta*
 - II. Attori*
 - III. Dati sui visitatori*
- La «fotografia» è il documento di base per chiedere ad un consulente esterno un'offerta per la parte propositiva del progetto strategico che dovrà tenere conto anche di confronto con l'offerta di altre regioni (Benchmark).

Cosa abbiamo imparato

- Per riunire gli attori e farli dialogare è **utile** (necessario) **un facilitatore**.
- Progetti che richiedono la partecipazione di più persone sono facilitati dall'uso di tecniche e strumenti di animazione che stimolano ed aiutano un «**dialogo alla pari**».
- La «buona volontà» e l'entusiasmo degli attori coinvolti sono necessari ma, da soli, non sono sufficienti.
- Per catalizzare e valorizzare l'entusiasmo sono indispensabili «**risorse dedicate**», ovvero almeno una persona per la quale il progetto è il compito principale.
- Per dare avvio al progetto, ottenere i finanziamenti pubblici e convincere i privati a partecipare al progetto e contribuire alle spese (anche se limitate al 10%) è necessario un «**investimento iniziale**» (almeno tempo ma anche denaro) **per passare «dall'idea al progetto»**.