

Deliberazione della Giunta Regionale 20 aprile 2026, n. 7-2452

**Legge regionale n. 14/2019. D.G.R. n. 1-6542 del 27 febbraio 2023 "Strategia regionale per le montagne del Piemonte". Indirizzi e criteri per realizzazione di una campagna di comunicazione per la promozione e la valorizzazione delle montagne del Piemonte, periodo 2026-2027. Spesa pari a euro 40.000,00.**



Seduta N° 155

Adunanza 20 APRILE 2026

Il giorno 20 del mese di aprile duemilaventisei alle ore 09:45 si è svolta la seduta della Giunta regionale in via ordinaria, in modalità telematica, in deroga al Regolamento della Giunta regionale con l'intervento di Maurizio Raffaello Marrone Vicepresidente e degli Assessori Enrico Bussalino, Daniela Cameroni, Marina Chiarelli, Marco Gabusi, Marco Gallo, Gian Luca Vignale con l'assistenza di Guido Odicino nelle funzioni di Segretario Verbalizzante.

Assenti, per giustificati motivi: il Presidente Alberto CIRIO, gli Assessori Paolo BONGIOANNI - Matteo MARNATI - Federico RIBOLDI - Andrea TRONZANO

## **DGR 7-2452/2026/XII**

### **OGGETTO:**

Legge regionale n. 14/2019. D.G.R. n. 1-6542 del 27 febbraio 2023 “Strategia regionale per le montagne del Piemonte”. Indirizzi e criteri per realizzazione di una campagna di comunicazione per la promozione e la valorizzazione delle montagne del Piemonte, periodo 2026-2027. Spesa pari a euro 40.000,00.

A relazione di: Gallo

Premesso che:

l'articolo 1 della legge regionale n. 14/2019 “Disposizioni in materia di tutela, valorizzazione e sviluppo della montagna” sancisce che:

- al comma 1, la Regione riconosce la specificità delle aree montane, ne promuove lo sviluppo sociale ed economico, ai fini della riduzione delle sperequazioni e delle diseguglianze, e persegue l'armonico riequilibrio delle condizioni di esistenza delle popolazioni montane, la salvaguardia del territorio e la valorizzazione delle risorse culturali e delle tradizioni locali;
- al comma 2, per il perseguimento di tali obiettivi, la Regione individua i livelli essenziali di servizi pubblici per garantire vivibilità e residenzialità e favorisce un'adeguata attività di promozione, tutela e valorizzazione del territorio montano, del suo patrimonio umano, culturale e sociale in sinergia con il sistema culturale e dei servizi del territorio regionale.

Richiamato che:

- la “Strategia regionale per lo sviluppo sostenibile del Piemonte”, approvata dalla D.G.R. n. 2-5313 dell'8 luglio 2022, in linea con le Strategie Nazionale e Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (SNSvS e SRSvS), identifica una serie di Missioni per lo sviluppo sostenibile della Montagna per ciascuna delle sette Macro Aree Strategiche (MAS) definite dalla SRSvS e per guidare le azioni e gli interventi regionali verso gli obiettivi di sviluppo che la Strategia mira a raggiungere entro il

2030;

- in sua attuazione è stata approvata dalla D.G.R. n. 1-6542 del 27 febbraio 2023 la “Strategia Regionale per le Montagne del Piemonte”, quale strumento di orientamento delle politiche regionali a supporto della programmazione di azioni ed interventi a favore dei territori montani piemontesi in chiave sostenibile.

Richiamato, inoltre, che il “Piano paesaggistico regionale” (Ppr), approvato dalla D.C.R. n. 233-35836 del 3 ottobre 2017:

- individua 76 Ambiti di paesaggio, ossia porzioni territoriali omogenee aggregate in 12 Macroambiti, che rappresentano paesaggi con una identità propria, dinamiche ecologiche e culturali specifiche e definiscono i principali paesaggi piemontesi su scala territoriale, adottando, pertanto, un approccio che valorizza le montagne come sistemi complessi, in cui morfologia, insediamenti, memorie culturali, uso delle risorse e dinamiche naturali interagiscono;

- considera le aree montane non sono soltanto come territori con vincoli, ma come paesaggi identitari profondamente connessi alle comunità che li abitano e nel definirle nei Macroambiti permette di cogliere i loro aspetti unici, come le culture walser e occitaniche, con usi tradizionali del territorio; le connessioni ecologiche delle aree d’alta quota; la biodiversità e le risorse naturali peculiari;

- attraverso tale lettura del paesaggio montano offre una chiave interpretativa utile anche per i viaggiatori e gli operatori turistici: al di là dell’esperienza ricreativa, la montagna piemontese è patrimonio culturale e ambientale da conoscere, rispettare e valorizzare.

Richiamato, altresì, che:

la Strategia nazionale delle Green Community, di cui all’articolo 72 della legge n. 221/2015, individua il valore dei territori rurali e di montagna che intendono sfruttare in modo equilibrato le risorse principali di cui dispongono, tra cui in primo luogo acqua, boschi e paesaggio, e aprire un nuovo rapporto sussidiario e di scambio con le comunità urbane e metropolitane, in modo da poter impostare, nella fase della green economy, un piano di sviluppo sostenibile non solo dal punto di vista energetico, ambientale ed economico;

la D.G.R. n 1-6829 dell’8 maggio 2023 ha approvato, nell’ambito del Fondo per lo sviluppo delle montagne italiane (FOSMIT) di cui alla legge n. 234/2021, i criteri per la selezione delle Green Communities destinatarie dei fondi e le modalità attuative per la gestione dei finanziamenti ad esse dedicati.

Dato atto che, in attuazione alla suddetta deliberazione, con la DD n. 629/A1615A/2024 del 7 agosto 2024, come integrata dalla DD. n. 58/A1615A/2024 del 10 ottobre 2024 e dalla DD n.1078/A1615A/2024 del 23 dicembre 2024, sono state finanziate 12 Strategie delle Green Community, da realizzarsi tramite i rispettivi Piani Operativi.

Preso atto che tra le suddette strategie finanziate, la Green Community Valchiusella “Di acqua e di pietra”:

- ha previsto, nel proprio Piano Operativo, un intervento per la realizzazione di una guida turistica altamente qualificata del territorio, inserita in una linea editoriale di rilievo nazionale ed internazionale, per strutturare un sistema di offerta turistico ambientale ben caratterizzato e rivolto a specifici segmenti di domanda (escursionismo e outdoor recreation, osservazione naturalistica ed educazione ambientale, turismo accessibile);

- la realizzazione della sopracitata guida turistica della Valchiusella è stata accompagnata da una più articolata azione di racconto del territorio che ha utilizzato i canali della comunicazione multimediale sempre attraverso il coinvolgimento di operatore del settore della comunicazione turistica di primario rilievo nazionale e si è concretizzata altresì nella realizzazione di un video-documentario promosso sui social media;

- la presentazione dell’iniziativa, che ha visto il coinvolgimento di numerosi *stakeholders* istituzionali, ha riscosso un ampio successo nella piccola realtà territoriale, facendo intravedere spazi per un effettivo cambiamento nell’approccio allo sviluppo sostenibile dei territori da parte dei molteplici attori, a partire da quelli istituzionali.

Ritenuto che l'approccio di valorizzazione e promozione del territorio realizzato nell'ambito di tale iniziativa costituisce un'esperienza da capitalizzare e mettere a sistema per l'intero territorio delle montagne piemontesi, per realizzare una gestione integrata dell'azione di comunicazione finalizzata a sostenere la montagna nel suo complesso, creare sinergie tra i vari soggetti coinvolti, dare un'immagine unitaria delle varie piccole realtà, le quali potrebbero trarre beneficio da un'azione coordinata e con regia regionale.

Dato atto che, al fine di realizzare una ampia campagna di promozione e valorizzazione della montagna piemontese, la Direzione regionale Ambiente Energia e Territorio ha individuato, ad esito di specifica ricognizione, i contenuti di un progetto di comunicazione per la promozione e la valorizzazione delle montagne piemontesi, articolato in temi trasversali e temi più caratterizzanti specifici per ogni territorio, come in sintesi di seguito riportato:

- nell'ambito delle tematiche trasversali, si collocano temi quali la fruizione stagionalizzata del territorio montano, i parchi e la biodiversità, la effettiva fruibilità del patrimonio naturalistico montano anche in riguardo alla sicurezza;
- l'obiettivo che connoterà le azioni è dare unitarietà e un'immagine unica e coordinata delle montagne piemontesi, territori caratterizzati da molteplici realtà di piccole e piccolissime dimensioni e frazionate che possono fare sistema potenziando le ricadute promozionali per l'intero territorio montano piemontese;
- è stato definito un cronoprogramma con orizzonte temporale al 31 dicembre 2027, la cui attuazione, basata su un meccanismo flessibile per una spesa massima di euro 130.000,00 resta subordinata alla previa disponibilità delle risorse finanziarie, consentendo l'avvio delle singole azioni in linea con gli stanziamenti disponibili.

Dato atto, inoltre, che:

- sul capitolo di bilancio 120458, Missione 09 - Programma 0909, risultano disponibili all'impegno euro 40.000,00 nell'esercizio 2026 ed euro 25.000,00 nell'esercizio 2027 a fronte di uno stanziamento di previsione iniziale pari a 80.000,00 € per il 2026 ed 50.000,00 € per il 2027;
- il presente provvedimento, per l'importo pari ad euro 40.000,00, trova copertura finanziaria sul capitolo 120458 Missione 09 - Programma 0909 del Bilancio di gestione 2026-2028, annualità 2026;
- per il restante importo di euro 90.000,00, annualità 2026-2027, l'assunzione delle obbligazioni giuridiche conseguenti al presente provvedimento è subordinata all'iscrizione delle risorse sul medesimo capitolo e relativi atti conseguenti.

Visti:

- il decreto legislativo n. 118/2011, di disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli Enti locali e dei loro organismi;
- la legge regionale n. 2/2026 *“Disposizioni per la formazione del bilancio annuale di previsione 2026-2028 (Legge di stabilità regionale 2026)”*;
- la legge regionale n. 3/2026 *“Bilancio di previsione finanziario 2026-2028”*;
- la D.G.R. n. 1-2209 del 9 febbraio 2026 *“Decreto legislativo n. 118/2011, articoli 11 e 39, comma 10 e 13. Legge regionale n. 3/2026 (Bilancio di previsione finanziario 2026-2028). Approvazione del Documento Tecnico di Accompagnamento, del Bilancio Finanziario Gestionale 2026- 2028 e disposizioni di natura autorizzatoria”*.

Attestato che, ai sensi della D.G.R. n. 8-8111 del 25 gennaio 2024 ed in esito all'istruttoria sopra richiamata, il presente provvedimento non comporta effetti prospettici sulla gestione finanziaria, economica e patrimoniale della Regione Piemonte, in quanto gli oneri, pari ad euro 40.000,00, derivanti dal presente provvedimento sono esclusivamente quelli sopra riportati.

Attestata la regolarità amministrativa del presente provvedimento ai sensi della D.G.R. n. 8-8111 del 25 gennaio 2024.

Tutto ciò premesso e considerato, la Giunta regionale, a voti unanimi espressi nelle forme di legge

*delibera*

di approvare, ai sensi della legge regionale n. 14/2009 e nell'ambito della "Strategia regionale per le montagne del Piemonte", di cui alla D.G.R. n. 1-6542 del 27 febbraio 2023, al fine di realizzare una ampia campagna di comunicazione, periodo 2026-2027, per la promozione e la valorizzazione dei territori della montagna piemontese, gli indirizzi e le linee strategiche riportate nel Progetto di cui all'Allegato 1, quale parte integrante e sostanziale della presente deliberazione;

di demandare alla Direzione regionale Ambiente, Energia e Territorio, Settore Monitoraggio, valutazione controlli e comunicazione, in collaborazione e in raccordo con il Settore Sviluppo della Montagna, l'adozione degli atti e dei provvedimenti necessari per l'attuazione della presente deliberazione;

che il presente provvedimento, per l'importo pari ad euro 40.000,00, trova copertura finanziaria sul capitolo 120458 Missione 09 - Programma 0909 del bilancio di gestione 2026-2028, annualità 2026;

che per il restante importo di euro 90.000,00, annualità 2026-2027, l'assunzione delle obbligazioni giuridiche conseguenti al presente provvedimento è subordinata all'iscrizione delle risorse sul medesimo capitolo e relativi atti conseguenti;

che il presente provvedimento comporta effetti contabili diretti e potrebbe comportare effetti prospettici sulla gestione finanziaria, economica e patrimoniale della Regione Piemonte, per il restante importo come sopra attestato.

Il presente provvedimento sarà pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'articolo 61 dello Statuto e dell'articolo 5 della legge regionale n. 22/2010, nonché ai sensi dell'articolo 26, comma 1, del decreto legislativo n. 33/2013 sul sito istituzionale dell'Ente, nella Sezione "Amministrazione Trasparente".

Sono parte integrante del presente provvedimento gli allegati riportati a seguire <sup>1</sup>, archiviati come file separati dal testo del provvedimento sopra riportato:

DGR-2452-2026-All\_1-Alleg\_ComunicazioneMontagna.pdf

1.

Allegato



---

<sup>1</sup> L'impronta degli allegati rappresentata nel timbro digitale QRCode in elenco è quella dei file pre-esistenti alla firma digitale con cui è stato adottato il provvedimento

## **Progetto**

**“Campagna di comunicazione per la promozione e la valorizzazione  
delle montagne del Piemonte”**

**periodo 2026-2027**

**Monitoraggio, valutazione, controlli e comunicazione e Sviluppo della montagna**

**Direzione Ambiente, Energia e Territorio**

## INTRODUZIONE

**La montagna piemontese costituisce un'importante risorsa** per il sistema economico e sociale regionale. I beni naturali e paesaggistici fruibili attraverso un turismo sostenibile, le produzioni agricole, le tipicità agroalimentari ed artigianali concorrono con il contributo dei soggetti locali, dagli abitanti alle associazioni dei professionisti della montagna e agli amministratori locali, a formare un **patrimonio per la crescita sostenibile dell'intera regione**.

La legge regionale n. 14/2019 "Disposizioni in materia di tutela, valorizzazione e sviluppo della montagna" sancisce, che la Regione Piemonte persegue la salvaguardia del territorio e la valorizzazione delle risorse culturali e delle tradizioni locali e favorisce un'adeguata attività di promozione, tutela e valorizzazione del territorio montano, del suo patrimonio umano, culturale e sociale in sinergia con il sistema culturale e dei servizi del territorio regionale.

Anche nella Strategia regionale per le montagne del Piemonte (D.G.R. n. 1-6542/2023/XI del 27 febbraio 2023) ritroviamo tra gli obiettivi da perseguire il contrasto alle tendenze di marginalizzazione, la promozione dello sviluppo sociale ed economico, la **valorizzazione delle risorse culturali e delle tradizioni locali attraverso una adeguata attività di promozione, tutela e valorizzazione del territorio montano**, del suo patrimonio umano, culturale e sociale, nel rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile, della tutela dei beni comuni, della biodiversità, della protezione dell'ecosistema, della sicurezza idrogeologica.

La Regione Piemonte riconosce infatti il valore delle montagne non soltanto sul piano turistico, ma anche come patrimonio paesaggistico, culturale, ambientale e identitario. Al centro di questo riconoscimento e della tutela del paesaggio montano è il Piano paesaggistico regionale (Ppr), adottato con [D.C.R. n. 233-35836 del 3 ottobre 2017](#).

Il Ppr individua 76 Ambiti di paesaggio, ossia porzioni territoriali omogenee aggregate in 12 Macroambiti, che rappresentano paesaggi con una identità propria, dinamiche ecologiche e culturali specifiche e definiscono i principali paesaggi piemontesi su scala territoriale. Questo approccio valorizza le montagne come sistemi complessi, in cui morfologia, insediamenti, memorie culturali, uso delle risorse e dinamiche naturali interagiscono.

In particolare, tra i 12 Macroambiti paesaggistici del Piemonte, sono presenti: il Paesaggio alpino del Piemonte Settentrionale e dell'Ossola; il Paesaggio alpino walser; il Paesaggio alpino franco-provenzale; il Paesaggio alpino occitano; il Paesaggio d'alta quota (categoria trasversale per i territori oltre i 1600 m s.l.m.).

Nel Ppr le aree montane non sono soltanto territori con vincoli: esse rappresentano paesaggi identitari profondamente connessi alle comunità che li abitano. La loro definizione nei Macroambiti permette di cogliere aspetti unici, come: le culture walser e

occitaniche, con usi tradizionali del territorio; le connessioni ecologiche delle aree d'alta quota; la biodiversità e le risorse naturali peculiari.

Questa lettura del paesaggio montano offre una chiave interpretativa utile anche per i viaggiatori e gli operatori turistici: al di là dell'esperienza ricreativa, la montagna piemontese è patrimonio culturale e ambientale da conoscere, rispettare e valorizzare.

Questo contesto vede l'integrazione nelle politiche regionali **del capitale naturale come bene comune**, non un'esternalità ma un valore, ai fini del benessere della collettività e dello sviluppo socio-economico della società piemontese e l'ambiente assume centralità e orienta la visione dello sviluppo socio-economico dei territori e la loro gestione, attraverso la tutela delle acque, dei suoli, della biodiversità, del paesaggio.

All'interno di questa cornice nasce l'esigenza di sviluppare una campagna di comunicazione per la promozione e valorizzazione dei territori montani piemontesi quale strumento per il raggiungimento degli obiettivi strategici regionali e la diffusione di una vera e propria **"cultura della montagna" quale motore di sviluppo per l'intera regione**.

## **ANALISI DEL CONTESTO**

Il territorio montano comprende una vasta area della regione Piemonte e l'insieme di questi territori presenta caratteristiche e specificità da un lato molto eterogenee, dall'altro con peculiarità comuni sia dal punto di vista geografico che economico e culturale.

Nel quadro dei macroambiti paesaggistici, per la definizione di un'efficace campagna di comunicazione, la Direzione regionale Ambiente, Energia e territorio è partita da un'**analisi e da una ricognizione** per focalizzare i **temi salienti** afferenti alle tematiche ambiente e territorio ritenute di interesse al fine di valorizzare le unicità che descrivono le montagne piemontesi.

Per realizzare una comunicazione efficace è necessario che i messaggi veicolati siano in grado di mettere in evidenza gli elementi unici e caratterizzanti del nostro contesto territoriale, le peculiari risorse che siano fonte di vantaggio competitivo rispetto ad altri territori alpini. Si è pertanto andati alla ricerca degli **elementi di unicità territoriale** (paesaggi particolari, presenza di biodiversità ed ecosistemi caratteristici, siti religiosi, etc.) che siano in grado di attrarre una molteplicità di target: residenti, turisti italiani ed esteri e nuove attività economiche.

Tale impostazione, aperta all'utilizzo di sempre nuove informazioni, provenienti da varie fonti, ad esempio dal Piano paesaggistico regionale, dall'Osservatorio regionale della montagna, oppure dai desiderata / preferenze di cittadini e *stakeholder* consente una continua evoluzione dei contenuti e delle modalità di comunicazione.

## OBIETTIVI

Oltre a quanto sopra argomentato, il progetto “Comunicare la Montagna” per il territorio piemontese si pone anche l’obiettivo di **portare l’attenzione dei media e del pubblico** in generale sull’ambiente naturale e socioculturale della **montagna quale motore di sviluppo** e, dall’altro, di migliorare la qualità della comunicazione rivolta agli *stakhoder* del territorio stesso, al fine di sviluppare all’interno di essi un approccio diverso nei confronti del territorio, inteso come bene da vivere in maniera sostenibile, da tutelare e valorizzare anche dal punto di vista del benessere economico della popolazione locale; di creare un’immagine unitaria e coesa della realtà montana, pur nella diversificazione in termini di peculiarità ed unicità.

Questa iniziativa nasce dalla convinzione che sia necessario una **valorizzazione integrata** dell’immagine della montagna piemontese, sia per quanto riguarda l’attenzione dei “media” e dei grandi *player* per poterne sfruttare il contributo allo sviluppo anche economico e, al tempo stesso, per sostenere e **sviluppare la capacità espressa dalla società locale di presentarsi e rappresentarsi**.

## DESTINATARI

Sono molteplici i destinatari, in quanto molteplici sono i soggetti che possono concorrere alla valorizzazione del territorio di montagna: Pro loco, Uffici del turismo, Gruppi di Azione Locale, EELL, Unioni montane, *Green Communities*, ma anche giornalisti, *player* di sviluppo e investitori, *buyer*, turisti, sportivi, escursionisti, mondo della salute e del benessere, anche con uno sguardo rivolto all’internazionalizzazione.

Tra questi molteplici target, occorrerà **scegliere quelli più significativi in relazione al contesto specifico**, ai temi ritenuti caratterizzanti e prioritari adeguando il contenuto e le modalità di trasmissione dei messaggi in funzione dei vari gruppi di riferimento.

Se ne indicano di seguito alcune delle principali **macro-categorie**:

- i residenti, coloro che vivono attivamente e continuativamente il territorio tutto l’anno;
- un insieme di destinatari diversificato che vive il territorio con tempi e modalità diverse;
- i nuovi frequentatori, possibili investitori e i nuovi turisti, con particolare riferimento agli stranieri;
- le istituzioni, gli *stakeholder* del territorio;
- i giornalisti locali e stranieri
- i *player* internazionali

Un’ultima considerazione importante da fare rispetto ai destinatari del progetto riguarda l’importanza del **passaparola: il primo vero Ambassador di un luogo è chi ci è già stato**. Quindi un investimento in comunicazione fondamentale è quella nei confronti di chi arriva, il racconto dell’accoglienza all’ospite che è stato sul posto e che, successivamente,

potrà dare risalto alla sua esperienza, accanto alle voci del territorio, di chi lo conosce, lo vive e lo abita.

## **MESSAGGI CHIAVE E IMMAGINI**

Dopo aver definito le unicità territoriali ed i target di riferimento attraverso la sopraccitata ricognizione realizzata nell'ambito della Direzione regionale Ambiente, Energia e Territorio, si procederà all'**individuazione dei messaggi chiave** da comunicare a ciascun gruppo, in riferimento a quegli ambiti di unicità dei territori individuati a seguito dell'analisi del contesto, aggregati per macro-aree di pubblici.

Il messaggio apparentemente più turistico raccoglie in realtà già alcuni degli elementi per valorizzare quello che è l'obiettivo primario del progetto: **valorizzare il territorio delle montagne piemontesi come motore di sviluppo sostenibile.**

Non bisogna infatti dimenticare che l'obiettivo della campagna di comunicazione è più ampio e riguarda la promozione di un territorio nel quale è attrattivo fare turismo ma anche vivere e lavorare.

Diviene in tal senso rilevante quindi prendere in considerazione quei temi e quegli elementi di unicità individuati a monte nell'analisi di contesto.

A titolo di esempio, è usanza godere della montagna specialmente nelle due stagioni principali, inverno ed estate, tralasciando autunno e primavera, quando la natura invece è portatrice di attrattive territoriali significative. Un approccio da tenere in considerazione per la valorizzazione a tutto tondo del territorio montano, oltre che per il turismo anche come attrattore di nuove opportunità di residenza e sviluppo locale, potrebbe essere quello di valorizzare il contesto nelle stagioni meno frequentate, facendo leva su quelle unicità territoriali che possono renderlo attrattivo in diversi momenti dell'anno (es. bramito del cervo).

Alla definizione dei messaggi chiave si aggiunge infine **l'importanza strategica di una scelta accurata e targetizzata delle immagini**: sarà importante pertanto costruire una raccolta di immagini rappresentative delle nostre montagne costruita però considerando, oltre ai temi e agli elementi di unicità individuati, gli specifici target selezionati e non indirizzandola a pubblici generici.

È importante puntare sulla qualità e sull'unicità e il messaggio va trasmesso anche attraverso le immagini: queste dovranno far vedere "noi stessi, i nostri luoghi".

L'aspetto cruciale è mostrare ciò che è già nostro, ciò che è unico e bello: non portare la città in montagna o ancor peggio cadere nella visione di territorio montano come mera area attrattiva al pari di un parco tematico.

Per estendere l'impatto delle opportunità di sviluppo, potrà essere significativo concentrarsi su località meno conosciute, piccoli comuni e territori di montagna che hanno

da offrire patrimoni diversificati, **valorizzare le “piccole meraviglie”**: una strategia vincente potrebbe essere parlarne per incuriosire. In tempi di sovraesposizione parlare di qualcosa di sconosciuto infatti accende maggiormente l'interesse.

Infine si potrebbe arrivare ad un **ulteriore livello di comunicazione finalizzato alla conoscenza dei luoghi, al rispetto e alla fruizione in sicurezza**, elementi chiave per promuovere la "**cultura delle nostre montagne**" ma, prima ancora, ai suoi abitanti e ai suoi nuovi abitanti di riconoscersi ed identificarsi.

Nello sviluppo delle iniziative contenute nella campagna di comunicazione per la promozione e valorizzazione delle montagne piemontesi sarà importante, in generale, tener conto:

- dello sviluppo di contenuti educativi e formativi, con un'attenzione particolare al target bambini e giovani;
- dell'inserimento di indicazioni per favorire la fruizione nel rispetto e nella sicurezza della montagna rispetto a tutti gli asset ritenuti strategici dalla società locale e dalle istituzioni coinvolte, e che tali asset *debbano essere rappresentati attraverso la rappresentazione delle "voci del territorio"*;
- dello sviluppo di contenuti e dei temi caratterizzanti specifici per ogni territorio.

In riferimento ai temi ambiente e territorio, sono stati individuati attraverso una apposita ricognizione, alcuni contenuti e messaggi prioritari per la campagna di promozione dei territori montani piemontesi.

Nell'ambito delle tematiche trasversali trovano rilievo più in generale i temi della fruizione destagionalizzata, i parchi e la biodiversità, la effettiva fruibilità del patrimonio naturalistico della montagna piemontese anche in riguardo alla sicurezza, e, in particolare:

## **1. La rete dei sentieri e la custodia del territorio**

Le montagne piemontesi sono percorse da una vasta rete di sentieri e da mulattiere che attraversano tutte le valli alpine. Realizzati per scopi diversi, questi percorsi venivano utilizzati per collegare le località, per consentire la raccolta dei prodotti, per portare le mandrie ai pascoli di alta quota e per attraversare i valichi alpini. Ciascun tracciato presenta caratteristiche diverse, in base all'utilizzo originale e al territorio che percorre.

I sentieri rappresentano anche una testimonianza dei movimenti migratori dei valligiani che, alla ricerca di nuove opportunità, attraversavano vallate e valichi, intensificando nuovi scambi commerciali e culturali. Questa opera dell'uomo, nata come strumento di lavoro, è oggi un'occasione per conoscere la natura, per "muoversi" in un ambiente ricco di attrattive dove natura, storia, tradizione e attività sportiva all'aria aperta accompagnano il turista.

Il Piemonte offre molteplici possibilità di escursioni. In pianura e collina la rete escursionistica offre una varietà di percorsi accessibili, ideali per escursioni a piedi o in

bicicletta, percorribili tutto l'anno e adatti a diversi livelli di esperienza e mobilità. Il portale regionale **Piemonteoutdoor.it** fornisce informazioni di fruizione degli itinerari e le attività di cicloturismo, escursionismo, vie ferrate, arrampicata e su tutto quello che è utile sapere per una vacanza fuori porta.

La sentieristica è un'infrastruttura pubblica, la Regione Piemonte, si occupa delle istanze di accatastamento dei percorsi e di registrazione degli itinerari in attuazione della Legge regionale n. 12 del 18 febbraio 2010 per il "Recupero e valorizzazione del patrimonio escursionistico del Piemonte" che individua gli indirizzi tecnici per la determinazione delle reti escursionistiche provinciali e regionale e per l'implementazione del Catasto regionale del patrimonio escursionistico. In questo ambito la collaborazione con il CAI (Club Alpino Italiano) è fondamentale per la loro tracciatura e per garantire sicurezza.

La rete dei sentieri è inoltre in grado di unire borghi isolati e di generare economia locale, anche grazie alla presenza di punti tappa e di ristoro che svolgono altresì funzioni di presidio e "custodia".

## **2. Educare al rispetto e alla sicurezza: la “Cultura della Montagna”**

In coerenza con gli indirizzi, le strategie e le politiche regionali, la campagna di comunicazione per la promozione della montagna piemontese dovrebbe essere in grado di promuovere una "cultura della montagna" capace di generare conoscenza, consapevolezza e attivare comportamenti virtuosi di rispetto e di sicurezza, orientati alla sostenibilità.

Poichè la montagna è un ambiente fragile, è importante orientare i comportamenti verso la consapevolezza e la sostenibilità, con particolare riguardo all'educazione dei bambini che possono beneficiare di apprendimenti attraverso l'avventura e la fruizione della montagna in famiglia.

In quest'ottica anche il ruolo delle Guide Alpine e del Soccorso Alpino assumono importanza non solo come presidi per l'emergenza ma come veri e propri educatori della "cultura di montagna", caratterizzata da comportamenti di rispetto (in tema di gestione dei rifiuti, divieti relativi a specie floro-faunistiche, tutela della biodiversità,...) e sicurezza.

## **3. Cultura, tradizione religiosa e mestieri**

I settori hanno ritenuto di evidenziare la rilevanza di alcuni elementi identitari e caratteristici della cultura dei territori delle montagne piemontesi:

- le chiese di montagna: l'arte in quota come segno di una resilienza della comunità
- le botteghe e i musei di valle: l'economia di montagna che racconta di come le terre alte resistono e si rinnovano (es. tema del “ritorno”).

#### 4. Le voci del territorio: le storie umane

Le iniziative di comunicazione basate sul racconto diretto di comunità, cittadini e istituzioni locali promuovono la valorizzazione locale, la sostenibilità e la condivisione di buone pratiche, dando voce a storie di successo, innovazione e rappresentano fonte di trasmissione di cultura della montagna. Nell'ambito della campagna di comunicazione per la promozione e la valorizzazione della montagna piemontese potrebbero essere raccolte le voci di:

- presidenti delle Green Communities per raccontare le buone pratiche di governance e spiegare i progetti in essere nei vari territori.
- direttori dei Parchi per raccontare le azioni a tutela della biodiversità e a difesa del territorio dal dissesto idrogeologico
- esperienze al femminile che stanno cambiando il volto dell'accoglienza alpina.

#### LA MEDIA STRATEGY

Una volta definiti gli elementi di unicità, i diversi target di riferimento e i messaggi da veicolare, occorrerà definire un elenco di iniziative e strumenti da realizzare definendo un **percorso che si muova tra un piano di comunicazione e un piano di marketing territoriale** per coniugare attività finalizzate a migliorare la comunicazione della montagna con la **valorizzazione integrata dell'immagine della montagna** piemontese, ai fini di un concreto sviluppo sostenibile per i territori.

TARGET GROUP	MESSAGGI	STRUMENTI /CANALI
<ul style="list-style-type: none"> <li>- residenti / persone presenti tutto l'anno</li> <li>- potenziali nuovi abitanti (giovani)</li> <li>- bambini e famiglie</li> <li>- lavoratori stagionali</li> <li>- turisti di ritorno</li> <li>- nuovi turisti</li> <li>- possibili investitori</li> <li>- istituzioni</li> <li>- altri <i>Stakeholder</i></li> <li>- attori internazionali</li> <li>- giornalisti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- promozione del territorio</li> <li>- presenza e valorizzazione di elementi di unicità</li> <li>Temi prioritari da veicolare:</li> <li>stagionalità differenti</li> <li>contesti minori (piccole meraviglie)</li> <li>tradizioni e produzioni tipiche locali</li> <li>biodiversità</li> <li>sicurezza del territorio</li> <li>la rete dei sentieri</li> <li>il presidio del territorio</li> <li>cultura, tradizione religiosa e mestieri</li> <li>"custodia" di un patrimonio di valore per lo sviluppo anche economico dei territori</li> <li>- le voci del territorio</li> <li>-educazione al rispetto del territorio</li> <li>etc...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- guida multimediale e cartacea</li> <li>- campagna social media (<i>Influencer - blogger</i>)</li> <li>- Individuazione e attivazione di <i>Ambassador (le voci del territorio)</i> per i diversi temi /elementi</li> <li>- grandi eventi</li> <li>- eventi locali</li> <li>- stampa - tv locale</li> <li>- iniziative di internazionalizzazione</li> <li>- prodotti di stampa divulgativa</li> <li>- <i>Educational</i> per giornalisti</li> <li>- partecipazione ad eventi di rilievo</li> <li>- Iniziative educative e didattiche</li> <li>- realizzazione raccolta immagini fotografiche dei territori montani</li> <li>- realizzazione video</li> </ul>

## **IL CRONOPROGRAMMA**

Il cronoprogramma, raffigurato nella tabella che segue, è stato definito con orizzonte temporale al 31 dicembre 2027.

La campagna potrà ampliare le iniziative già previste nel cronoprogramma, orientandole in funzione delle esigenze che potranno emergere nel corso del periodo di attuazione.

La campagna, basata comunque su un meccanismo flessibile per una spesa massima di euro 130.000,00, resta subordinata alla previa disponibilità delle risorse finanziarie, consentendo l'avvio delle singole azioni in linea con gli stanziamenti disponibili.

## Strumenti / canali

APR MAG GIU LUG AGO SET OTT NOV DIC GEN FEB MAR APR MAG GIU LUG AGO SETT OTT NOV DIC

Definizione temi, unicità territoriali, messaggi

Progettazione e realizzazione di una guida multimediale per i territori di montagna

Stampa di copie cartacee della guida realizzata da destinare a specifici *Stakeholder*

Divulgazione e promozione di una guida multimediale

Promozione della Festa delle Alpi, luglio 2026

*(DGR 1-1931/2025/XII del 4 dicembre 2025)*

Promozione della eventuale partecipazione dei GAL alla Fiera internazionale "Artigiano in fiera" (MI) 5-13 dicembre 2026\*; eventualmente nel 2027 se c'è ritorno positivo nel 2026

*(DGR Giunta Regione Piemonte 17-1251/2025 del 16/06/2025, DD Regione Piemonte 252/A1902A/2025 del 16/06/2025, Convenzione tra regione Piemonte e Unioncamere Piemonte per l'anno 2026/2027 – Rep. n. 259 del 15/07/2025)*

Partecipazione ad altri eventi selezionati come significativi, sulla base dei criteri di cui al presente progetto

Partecipazione ad eventi di rilevanza locale selezionati come significativi, sulla base dei criteri di cui al presente progetto

Individuazione e attivazione di *Ambassador (le voci del territorio)*

Realizzazione video

Realizzazione raccolta immagini fotografiche dei territori montani

Campagna social media (attivazione di *influencer*)

Campagna tv – giornali locali

Iniziative di internazionalizzazione

Educational per giornalisti

Iniziative educative e didattiche

Realizzazione prodotti di stampa divulgativa