

Progetto Marchio "Altopiano di Boniprati"

La piana di Boniprati fra storia e prospettive

Fin dai tempi antichi, l'area dell'Altopiano di Boniprati ebbe particolare rilevanza nelle dinamiche dell'alpeggio, specie per la bontà, come lo stesso nome testimonia, del foraggio che vi si raccoglieva. A partire dal XIX secolo lo straordinario sviluppo dell'allevamento di montagna nella zona di Castel Condino, Prezzo, Val Daone e Pieve di Bono non fece che aumentare l'importanza dei pascoli di Boniprati tanto come zona di sfalcio per la fienagione quanto come stazione intermedia lungo il percorso che, nei mesi primaverili e autunnali, portava le mandrie dalle stalle alle malghe in alta quota e ritorno. Questa attività assunse un rilievo tale che alcune famiglie di Cimego e di Castel Condino arrivarono a possedere più di cento capi, cominciando a sfruttare anche altre zone d'alpeggio nel vicino comune di Condino, in Val Daone e perfino in Val d'Algone.

Questa prosperità si interruppe bruscamente nel 1884, quando un'incendio distrusse il paese di Castel Condino e diede l'avvio al suo spopolamento. I pascoli dell'Altopiano di Boniprati, passati indenni attraverso due guerre mondiali e la crisi economica del '29, subirono invece gli effetti dell'arrivo dell'industria idroelettrica. La costruzione delle dighe nella Valle del Chiese, ultimata nel 1958-59, segnò l'inizio dell'abbandono dell'agricoltura tradizionale e dell'allevamento in quota a favore della nascente industria di fondovalle.

Se da un lato lo sviluppo industriale ha comportato il progressivo spopolamento dei comuni di montagna – Castel Condino e Prezzo su tutti – dall'altro ha contribuito alla conservazione di un'ambiente in cui l'ultimo intervento umano risale ad un tradizionale approccio alla montagna che oggi è difficile trovare altrove.

Ne è un esempio il biotopo di Boniprati, costituito nel 1990 sulla torbiera di transizione che occupa la parte più bassa della piana: un ambiente paludoso che l'uomo, desideroso di farne pascolo, ha più volte tentato di bonificare, finendo per creare un'ecosistema unico per le specie floreali che lo abitano.

Le difficoltà di accesso e la scarsa promozione delle sue attività e risorse costituiscono oggi le principali criticità rilevate nell'area dell'Altopiano di Boniprati.

Esperienze d'ispirazione: le *best practice* individuate

Alla luce di questa analisi di minacce e punti di forza del territorio della piana di Boniprati, sono state raccolte alcune *best practice* che facciano da guida e ispirazione nello sviluppo del progetto.

Una delle *best practice* individuate riguarda lo **storytelling** creato da Alce Nero, azienda impegnata da anni nella produzione di prodotti biologici che ha costruito una narrazione collettiva dei dipendenti che è diventato poi il libro "Cibo Vero", un viaggio nell'Italia agricola che racconta le

storie dei produttori, dagli apicoltori biologici fino ai mugnai. Vorremmo imitarne l'esperienza nella costruzione di una narrazione dei malgari e della tradizione casearia del territorio di Boniprati. Le storie sintetizzano in forma narrativa ciò che un'azienda o un prodotto possono offrire ai clienti. Attraverso lo storytelling aziendale è possibile rilanciare (o lanciare) la propria realtà, mostrando di accogliere il cambiamento del mercato e del mondo della comunicazione. E mostrando in cosa si è differenti dagli altri. Raccontarsi, dunque, aumenta la possibilità di essere letti (o visti), di orientare le scelte del pubblico e di essere scelti. Questa narrazione prenderà forma nel sito internet e nella realizzazione di un opuscolo contenente mappatura, storia e racconti personali dei malgari.

Altra best practice è l'esperienza del progetto “La casa dei produttori di formaggio”, che si è sviluppato in Lituania, nel paese di campagna Darguziai. Il promotore di questa iniziativa ha deciso di allontanarsi dalla città in cui viveva (Vilnius), per dedicarsi all'allevamento di capre e alla produzione di formaggio, con l'obiettivo di rafforzare i legami tra la popolazione rurale e quella urbana offrendo ottimi prodotti lattiero – caseari ai cittadini urbani. I produttori di formaggio che aderiscono a tale attività hanno fondato Vival Sol, un'associazione volta a favorire il **dialogo tra i produttori e i consumatori**, e a migliorare la qualità di vita nelle aree rurali. L'associazione per questo assiste le piccole fattorie invitando la cittadinanza a partecipare alle attività organizzate nell'area rurale di Darguzai e a contribuire al lavoro agricolo che vi si svolge.

L'ideale che sta a fondamento dell'associazione Vival Sol viene riassunta nello slogan “Fa che le aree rurali siano vive!”, e declinata in: 1. Relazione tra il consumatore (e la cittadinanza urbana) e il produttore (in un'area rurale); 2. Solidarietà tra tutti i membri dell'associazione; 3. Certezza e stabilità (il consumatore dovrebbe sapere in ogni momento come e dove ottenere i prodotti); 4. Fiducia tra i consumatori e i produttori. Come accade nel paese di Darguziai, anche l'intento del progetto “Altopiano di Boniprati” è quello di recuperare l'identità dell'altopiano della Val del Chiese, a partire dalle sue risorse: dopo aver acquistato un prodotto peculiare dell'Altopiano, il consumatore è incentivato a visitarne il territorio e a conoscere tanto il processo di produzione dei formaggi o del burro che quotidianamente porta in tavola quanto i produttori.

Altre forme di valorizzazione dell'attività agricola possono prendere spunto dalle più vicine esperienze della Valsugana, dove, da qualche anno, esiste il progetto "Adotta una mucca": con una donazione, gli aderenti contribuiscono al mantenimento della vita in alpeggio.

La progettualità: marchio e corollari

È stata quindi riconosciuta la particolarità della piana di Boniprati, sia per le sue caratteristiche ambientali che per il ruolo che essa ha svolto nell'economia agricola tradizionale del circondario. Stazione d'alpeggio e zona di fienagione, l'Altopiano di Boniprati dispone delle migliori caratteristiche per fare da focus ad un programma di recupero dell'attività agricola che un tempo vi

si svolgeva, programma che coinvolga tanto i produttori che ancora oggi occupano le numerose malghe della zona quanto le comunità e le amministrazioni locali.

Per far ciò, la proposta di intervento elaborata si fonda sul **Marchio "Altopiano di Boniprati"**. Si tratta della creazione di un marchio *di zona*, la cui portata è esplicitata nel Manifesto dell'Altopiano di Boniprati (reperibile all'indirizzo web <https://elenacastellani.wixsite.com/boniprati>), e che si traduce in una rete di collaborazione fra i produttori presenti sul territorio ed all'interno delle comunità locali. Questa rete dovrà innanzitutto rilanciare la produzione lattiero-casearia *in loco*, acquisendo poi una vocazione turistico-didattica associata tanto alla produzione che alle peculiarità dell'Altopiano di Boniprati e del suo ambiente di contorno (pascolo di alpeggio da Malga Campello a Malga Cleabà, comprese Malga Bondolo e Malga Val Aperta). La portata del marchio dovrà essere tale da costituire tanto una narrazione di un territorio quanto un tramite diretto fra consumatore e produttore.

Si propone di costituire, con gli attori interessati alla creazione di questa rete, un'**associazione di territorio** che rappresenti il punto d'incontro e sintesi di diverse necessità e punti di vista, e che faccia da capofila nell'attuazione delle proposte che, nell'insieme, formano il progetto del marchio "Altopiano di Boniprati". La forma sociale che assumerà questa associazione si lascia ad un'analisi più approfondita delle opportunità e richieste degli attori coinvolti. Come è emerso in più di un'occasione, anche nelle *best practice* individuate, il ruolo di cardine di tale associazione capofila è fondamentale nell'effettiva realizzazione di un marchio efficace.

Nel dialogo con gli stakeholders, si è verificato che alcune iniziative, ancora allo stato embrionale, vanno proprio nella direzione proposta, ed è stato trovato un riscontro positivo.

Le iniziative di progettualità del Marchio "Altopiano di Boniprati"

La creazione e la valorizzazione di questo marchio e delle attività ad esso collegate si articola in una serie di interventi di cui abbiamo individuato due orizzonti temporali, nel medio e nel lungo periodo.

1. Iniziative di breve-medio termine (entro 5 anni)

1.1) Marchio di qualità del prodotto (con disciplinare associato) per lo "Zalt dell'Altopiano di Boniprati", ovvero quel burro giallo prodotto nei pascoli alti di Cleabà e Clef grazie alla fioritura primaverile di ranuncolo selvatico, arnica e caltha palustris, oltre alla massiccia presenza di terpeni del polline. Questo costituisce una particolarità di area chiave nella promozione del marchio "Altopiano di Boniprati". In malga si produce anche un formaggio stagionato a pasta dura (attualmente chiamato con impropriamente "Bagoss"): per questo prodotto sarebbe auspicabile l'individuazione di un nome caratteristico. La definizione del disciplinare necessario dovrà essere

partecipata tanto dalle comunità quanto dai produttori attualmente presenti in malga.

1.2) Sito internet dedicato in collaborazione con il Consorzio turistico Valle del Chiese, che costituisca spazio espositivo per le iniziative sviluppate nell'ambito del marchio "Altopiano di Boniprati" (vedi più avanti questo documento) e comprenda:

- narrazione delle caratteristiche ambientali dell'area di Boniprati;
- racconto storico del luogo (dall'agricoltura tradizionale al vissuto recente, passando per le vestigia della prima guerra mondiale);
- descrizione dei prodotti lattiero-caseari della zona (anche nell'ambito del marchio di qualità e del suo disciplinare di cui al punto precedente);

- mappatura delle malghe in attività, con possibilità di contatto diretto coi produttori e scheda storica della singola malga e del produttore, anche per acquisto di prodotti nei periodi estivi;

Per avere un'idea di quale struttura e contenuti potrà avere questa piattaforma online, è possibile visualizzare all'indirizzo web <https://elenacastellani.wixsite.com/boniprati> una versione provvisoria del sito di marchio. Associato a questo, si propone l'installazione di pannelli informativi in forex all'interno di tutta l'area dell'Altopiano, con breve descrizione dei luoghi (malghe, prodotti, pozze, endimismi, etc.) e QR-code per l'accesso rapido alle pagine dedicate presenti sul sito.

1.3) Fondo Sviluppo "Altopiano di Boniprati" (FSAB) da costituirsi con il trasferimento di parte del guadagno sul prezzo di vendita del prodotto che ci si aspetta sarà generato dallo sviluppo del marchio di qualità, e non solo (vedi più avanti l'iniziativa "Prenditi cura di una mucca"). Tale fondo dovrà essere gestito dalla proposta associazione di territorio per l'implementazione nel medio-lungo periodo di investimenti necessari al prosieguo delle attività connesse al Marchio "Altopiano di Boniprati". Esempi di tali investimenti sono l'ampliamento della capacità ricettiva delle malghe più elevate (collegata alla proposta "Vita in Alpeggio", vedi più avanti questo documento), il recupero delle aree di pascolo abbandonate e l'estensione della copertura di rete telefonica nelle zone di Malga Clef e Malga Cleabà, che al momento ne sono sprovviste, oltre ad un'eventuale allungamento della rete elettrica esistente.

1.4) Vita in Alpeggio – Malga Didattica, una proposta di pacchetto turistico che consiste nel soggiornare due/tre giorni in malga vivendo appieno la vita dei malgari. Sveglia all'alba, mungitura, caserazione, degustazione dei prodotti di montagna, saranno le attività svolte dai turisti durante le giornate di soggiorno: un'esperienza unica e ricca di fascino. Malga Table è stata recentemente ristrutturata grazie al BIM, offrendo così un edificio dotato di servizi igienici, posti letto e cucina. Questi elementi permettono di individuare in Malga Table il luogo ideale per sperimentare fin da

subito questa iniziativa. Parte del ricavato dalla vendita dei pacchetti turistici confluirà nel FSB.

1.5) Prenditi cura di una mucca, iniziativa che prevede la possibilità di donare 40 euro per il mantenimento della tua mucca in malga. In cambio, gli aderenti otterranno un bonus di 30 euro spendibile nelle malghe aderenti all'iniziativa per l'acquisto di prodotti lattiero-caseari. I restanti 10 euro finiranno nel FSB. Verrà creata sul sito dedicato una catalogazione fotografica delle mucche da sostenere. I supporter potranno in qualsiasi momento far visita di persona alla “propria” mucca e supportare il progetto Altopiano di Boniprati.

1.6) Desmalgada, un evento di successo che viene organizzato i primi di settembre alla piana di Boniprati in occasione della fine dell'alpeggio. Oltre alla sfilata del bestiame di ritorno dalle malghe, sono presenti punti di spaccio dei prodotti locali, laboratori didattici, intrattenimento folkloristico. La proposta è quella di inserire questo evento sotto l'ombrello del marchio "Altopiano di Boniprati". Parte del ricavato dalle vendite e della partecipazione agli eventi finirà nel FSB.

1.7) Festa del Primo Taglio, Il fieno rappresenta uno dei principali punti di forza dell'altopiano di Boniprati. Si potrà organizzare un evento legato al taglio del fieno, dove si potranno osservare e provare l'antica arte della fienagione, conoscere le erbe che popolano l'altopiano, praticare escursioni di natura botanica che coinvolgono anche il biotopo di Palù di Boniprati. Parte del ricavato delle vendite e della partecipazione alla manifestazione finirà nel FSB.

1.8) Giro delle malghe in mountain bike, organizzato sullo sterrato che passa per le Malghe Table, Maresse, Clevet e Clef, scollina sulla Sella di Bondolo per poi scendere alla vecchia Malga Bosco e alle Malghe Campiello e Pissola, per ritornare a Table. Vista la disponibilità di energia elettrica in Malga Table, si propone l'installazione in quella posizione di una colonnina di ricarica *e-bike*, a complemento della colonnina già presente a Prezzo per la salita alla piana di Boniprati e fino a Malga Table. È infine opportuna la predisposizione di un sistema di segnaletica sul percorso adeguata alle necessità, oltre alla mappatura GPS del circuito (inserimento nel programma finora implementato con Turismo Giudicarie 2020 ed Evvai E-Bike). L'implementazione del circuito *e-bike* può rappresentare anche un accesso facilitato a quelle malghe, come Clef, Clevet e Cleabà, lontane dalle strade aperte al pubblico, cosa indubbiamente necessaria al sistema della "Vita in Alpeggio" (vedi in precedenza questo documento).

2. Iniziative di medio-lungo termine (oltre i 5 anni)

2.1) Museo diffuso della cultura locale, per la riqualificazione di abitazioni e masi

abbandonati in vista di un successivo riutilizzo come “spot” per la vendita di prodotti caseari locali in alcune giornate durante la stagione turistica (pensando agli eventi di Desmalgada e Festa del Primo Taglio). All’interno di questi spazi, allestiti con materiale di documentazione storico-fotografica, sarà possibile ripercorrere i momenti salienti della storia locale e le conoscenze sulle produzioni casearie tradizionali della zona di Boniprati. I musei saranno fruibili durante i percorsi di trekking anche con discontinuità e contribuiranno all’ampliamento dei percorsi turistici praticabili sulla zona. La loro posizione sarà reperibile nelle mappe create ad hoc, che comprenderanno gli spot per la vendita/mostra e le malghe del territorio.

2.2) Rete di vendita stagionalizzata (variazione estiva/invernale) ovvero la costruzione di una rete di vendita dedicata, che possa dare maggiore visibilità al prodotto a marchio "Altopiano di Boniprati". In un recupero dei ritmi dell'alpeggio, se ne propongono due declinazioni, una estiva e una invernale. Attraverso l'attività di mappatura delle malghe e dei produttori presenti nella stagione estiva, l'acquirente avrà la possibilità di incontrare direttamente il produttore salendo alla malga che preferisce, avendo anche la possibilità di vedere di persona la produzione del formaggio di malga. Durante l'inverno, invece, l'alpeggio è vuoto e si produce la "Cioncada", il formaggio ottenuto in stalla col foraggio falciato alla piana di Boniprati. Per valorizzare anche questo prodotto si propone l'apertura, sul sito dedicato, di una piattaforma online di vendita utilizzata prettamente – ma non solo – nei mesi invernali.

Analisi degli Attori e dei Beneficiari

Sono stati individuati i seguenti **attori**, in parte già presenti sul territorio, che è opportuno coinvolgere nella creazione Marchio "Altopiano di Boniprati":

- Associazione di territorio da crearsi con la partecipazione soprattutto – si auspica – di giovani delle comunità locali, per svolgere il ruolo di capofila nella creazione del marchio di area "Altopiano di Boniprati" ed il coordinamento fra i vari attori coinvolti.
- Produttori lattiero-caseari in malga, per la costituzione del marchio di qualità sui prodotti e nell'attivazione dell'iniziativa "Vita in Malga"; è importante considerare la presenza dell'iniziativa Malghe Aperte, che ha messo in contatto parte dei produttori e aperto le malghe della zona al turismo sostenibile.
- Consorzio turistico della Valle del Chiese, che attualmente pubblicizza alcune attività da inserire nel marchio (Desmalgada) e che sarà importante nella valorizzazione del territorio e gestione dello spazio online.
- Comunità locali (Castel Condino, Prezzo, Cimego, Valdaone, Pieve di Bono), per la partecipazione alla creazione di una memoria storica condivisa e la gestione degli spazi espositivi e

di vendita del museo diffuso, oltre alla partecipazione all'associazione di territorio.

- Amministrazioni locali (comuni di Castel Condino, Pieve di Bono-Prezzo e Valdaone) per la ristrutturazione delle malghe di loro proprietà e costituzione dei necessari disciplinari d'alpeggio e produzione nel rispetto del manifesto dell'Altopiano di Boniprati.

- BIM del Chiese per la partecipazione alla valorizzazione delle malghe da ristrutturare, anche alla luce degli stanziamenti già fatti in questo ambito nel decennio passato.

Per quel che riguarda i **beneficiari** delle iniziative proposte, sono stati individuati i seguenti soggetti su cui le ricadute saranno positive in termini economici e di visibilità:

- Produttori caseari di malga;

- Esercizi ricettivi di zona;

- Amministrazioni comunali, per i maggiori introiti che si potranno presentare con l'aumento della presenza turistica esterna;

- Comunità locali, per la creazione opportunità di lavoro stagionali;

- Consorzio turistico Valle del Chiese, per la creazione di una proposta turistica completa che potrà rappresentare un'offerta da affiancare al già avviato sistema delle attività outdoor.

Analisi di sostenibilità economica

Ai fini della reallizzazione delle molteplici iniziative inserite nel progetto elaborato, sono state individuate le seguenti aree di costo:

- Realizzazione del Marchio "Altopiano di Boniprati";

Per quel che riguarda l'attività di coordinamento per la creazione del marchio di zona "Altopiano di Boniprati", si suppone che sia sufficiente al lancio dell'iniziativa, almeno nei primi cinque anni, l'attività volontaria collegata alla prevista associazione di territorio.

Per la realizzazione del logo collegato a questo marchio di area, si prevede una spesa pari a 1000 €. Tale somma potrà essere investita sotto forma di premio in materiale didattico da destinarsi al vincitore (individuo o gruppo classe) di un concorso per la realizzazione di un logo nelle scuole primarie e secondarie presenti nei comuni di Castel Condino, Pieve di Bono-Prezzo e Valdaone. Provenienza della somma potrà essere uno stanziamento delle stesse amministrazioni locali.

- Realizzazione del sito internet dedicato;

I prezzi attualmente richiesti dal mercato per una piattaforma online di base variano nel range da 1500 a 5000 €; come preventivo di spesa si stabilisce una somma di 2000 €. Vanno poi considerate spese continuative di gestione e aggiornamento dello spazio così creato, che si possono riassumere in una spesa forfettaria pari a 1000 € annui.

La spesa iniziale di creazione del sito potrà essere sostenuta dalle amministrazioni locali nella persona dei tre comuni coinvolti, mentre la spesa di gestione continuativa potrà essere coperta dal

Fondo Sviluppo Altopiano di Boniprati una volta che esso abbia raggiunto dimensioni e disponibilità sufficienti.

- Promozione delle iniziative;

Considerando la difficoltà di stabilire a priori una previsione di costo per gli eventi proposti, e, in ogni caso, la presenza del Consorzio turistico della Valle del Chiese, preposto alla valorizzazione di queste iniziative, si lascia alla disponibilità di detto consorzio la copertura della spesa emergente. È da considerare il fatto che alcune delle attività da inserire nel contenitore del marchio di area "Altopiano di Boniprati", quali la Desmalgada, sono già pubblicizzate dal consorzio di cui sopra.

- Predisposizione Giro delle malghe in e-bike;

Fanno parte dell'intervento:

- 1 bacheca espositiva con struttura in legno e grafica per un totale di 2000 €;
- 15 pannelli in forex 40x60 cm con stampa e struttura in legno (c.a 80 € cadauno) per un totale di 1200 €;
- 1 colonnina di ricarica per e-bike (mountain bike elettriche) per un totale di 1000 €.

Si prevede per la realizzazione del progetto un totale d'investimento pari a 4200 €.

Considerata la particolare attenzione data alla rete e-bike nell'ambito del progetto Turismo Giudicarie 2020 dalla Comunità delle Giudicarie, i finanziatori di preferenza per la predisposizione sono individuati nella Comunità delle Giudicarie e nel Consorzio turistico della Valle del Chiese. Le spese di mantenimento e sostituzione della segnaletica saranno sostenute in seguito dal Fondo Sviluppo Altopiano di Boniprati.

- Realizzazione del Museo diffuso del territorio;

Alla luce dell'orizzonte temporale di medio e lungo termine individuato per la realizzazione del museo itinerante, non si è, ad oggi, in grado di stimare con sicurezza i costi di realizzazione. La proposta, in termini generali, si articola in:

- realizzazione di tre serie di pannelli espositivi in forex di varie dimensioni, compresi costi di stampa (120 € cadauno, dieci pannelli per serie) per un totale di 3600 €;
- recupero e ristrutturazione conservativa di tre masi/baite attualmente abbandonati o inutilizzati da identificare, in eventuale collaborazione coi proprietari: si prevede una spesa dai 30 ai 50.000 €.

La somma da investire ammonta quindi ad un massimo di 60 mila €; considerando il museo come obiettivo di lungo termine, si individuano come enti finanziatori il Fondo Sviluppo Altopiano di Boniprati, la Comunità delle Giudicarie ed il BIM del Chiese.

- Ristrutturazione delle malghe per aumentarne la capacità ricettiva;

Vista la competenza dei singoli comuni e la difficoltà nella stima data dalla situazione di isolamento in cui si trovano le strutture interessate all'intervento proposto, non è possibile dare una stima certa dei costi da sostenere. Si tratta comunque di ristrutturazioni conservative di strutture già esistenti.

Fonti di finanziamento saranno le amministrazioni locali, proprietarie delle strutture da riqualificare, oltre al Fondo Sviluppo Altopiano di Boniprati, con l'eventuale ricorso ai fondi dei progetti europei Alpine Space e LEADER.

- Estensione della rete di comunicazione per le malghe più isolate;

Anche in questo caso si tratta di costi non stimabili vista la particolarità del territorio e dell'intervento necessario. È comunque di interesse la presenza di un ripetitore di servizio nei pressi di Malga Clef. Possibili finanziatori saranno il Fondo Sviluppo Altopiano di Boniprati, il BIM del Chiese, la Comunità delle Giudicarie e le amministrazioni locali.

Analisi SWOT di progetto

<p style="text-align: center;">PUNTI DI FORZA</p> <ul style="list-style-type: none"> - sviluppo di un'economia locale aperta a un mercato più ampio; - turismo sostenibile e attivo per giovani e adulti che sono "produttori" per un giorno; - opportunità di lavoro che rinsaldano la coesione socio-economica nell'area; - possibilità per i partecipanti di rafforzare il legame con il territorio e la tradizione; 	<p style="text-align: center;">PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <ul style="list-style-type: none"> - scarsa capacità di pubblicizzare i prodotti "Altopiano di Boniprati"; - eccessivo afflusso turistico nell'area di Boniprati; - tentativo da parte di agenti esterni di assumere il controllo del marchio "Altopiano di Boniprati";
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITÀ</p> <ul style="list-style-type: none"> - la vocazione tradizionale del territorio (malghe ed alpeggio); - presenza di luoghi di particolare interesse naturalistico; - unicità delle caratteristiche del prodotto lattiero-caseario sviluppato in loco; - presenza di alcune timide iniziative che vanno verso la valorizzazione dell'area. 	<p style="text-align: center;">MINACCE</p> <ul style="list-style-type: none"> - concorrenza di altre iniziative di valorizzazione territoriale nelle vicinanze; - continua tendenza all'abbandono dei territori limitrofi di media montagna; - condizioni metereologiche che influiscono sulla stagione di alpeggio; - mancanza di idee e fiducia nelle iniziative proposte della popolazione locale.

Analisi di sostenibilità ambientale

A seguito dello studio delle caratteristiche ambientali della zona, si è sviluppata la seguente matrice

degli impatti ambientali delle proposte progettuali:

MATRICE								
IMPATTO	PROPOSTE	consumi energetici	consumo di materie prime	consumi idrici	contaminazione acque superficiali	emissione di polveri	traffico indotto	produzione di rifiuti
	Marchio Qualità	x	x					
	Sistema info	x				x	x	
	FSAB	x	x	x				x
	Vita in alpeggio	x	x	x	x		x	x
	eventi	x	x	x		x	x	x
	mtb e-bike	x		x			x	x
	Museo diffuso	x	x				x	x

Per ogni area di intervento individuata nel piano complessivo del marchio "Altopiano di Boniprati", sono stati identificati i campi di interesse ambientale che risultano maggiormente a rischio, e gli effetti generali dell'attuazione di tali proposte, riassunti nella matrice qui sopra.

Esternalità progettuali

L'analisi delle ricadute economiche e sociali del progetto ha consentito di individuare le seguenti esternalità **positive**:

- aumento del giro d'affari delle attività economiche correlate (indotto: alberghi, ristorazione e piccoli produttori locali);
- richiesta di nuove figure professionali (guide alpine, istruttori *e-bike* ed accompagnatori di media montagna);
- nuove possibilità imprenditoriali collegate alla maggiore presenza turistica;
- aumento dei posti di lavoro nelle attività esistenti di interesse progettuali.

A queste si affiancano, tuttavia, delle esternalità **negative**:

- aumento della pressione antropica sui pascoli di alta montagna (disturbo dell'ecosistema esistente e rifiuti);
- congestione delle vie d'accesso all'area di interesse e degli spazi di sosta.

Al fine di ammortizzare gli effetti deleteri di queste esternalità, si propongono le seguenti **misure di mitigazione** degli effetti negativi:

- l'attivazione di un servizio di bus navetta fra la zona della piana di Boniprati e M.ga Table, con fermata intermedia presso M.ga Campello; in caso di particolare successo dell'iniziativa, si potrà parallelamente inserire una tratta Castel Condino-Prezzo con sosta presso la piana di Boniprati.
- potenziamento dei sistemi di gestione delle acque reflue nelle singole malghe.
- attivazione di un punto raccolta dei rifiuti prodotti in loco (si propone M.ga Table); onde evitare problematiche legate alla presenza di animali selvatici, la consegna e la raccolta dovrebbe essere calendarizzata e puntuale.