



SWEET MOUNTAINS

**IL TURISMO DOLCE
SULLE MONTAGNE ITALIANE**

Una nuova visione di montagna

«SE LA PAROLA "FUTURO" HA UN SENSO, SE SIAMO DISPOSTI
A IMPARARE DAGLI ERRORI DEL PASSATO,
SE VOGLIAMO CONSEGNARE LA BIODIVERSITÀ DELLE ALTE TERRE
ALLE NUOVE GENERAZIONI, DOBBIAMO AMMETTERE CHE
IL TURISMO ALPINO È A UN BIVIO.
SI TRATTA DI DECIDERE SE PUNTARE SU UN MODELLO REALMENTE
SOSTENIBILE DAL PUNTO DI VISTA AMBIENTALE ED ECONOMICO, OPPURE
SPERARE ANCORA NEL MIRACOLO DEI MOTORI, DEI GRANDI IMPIANTI E DELLE
PESANTI INFRASTRUTTURE CHE CONSUMANO LE BELLEZZE E I SILENZI DELLA
MONTAGNA, LASCIANDOCI PIÙ POVERI»

MANIFESTO DEL TURISMO DOLCE

CAMBIO DI PARADIGMA

Dal "dove" al "cosa e come"





ESPERIENZE

VIVERE, NON VEDERE

L'ospite è parte attiva dell'esperienza, la vive e la rende unica, personale, intima.

L'ospite è protagonista, non spettatore.

DIALOGARE CON I LOCALI

L'esperienza è una pratica immersiva nel contesto locale, a stretto contatto con chi vive la montagna e rende unico il luogo.

Imparare tradizioni, ricette, mestieri, capire e conoscere la cultura identitaria propria di ciascuna borgata, paese o valle.



TIPICITA' E CULTURA

IL BUONO E IL BELLO DELLE TERRE ALTE

Esiste una varietà, poco conosciuta, di eccellenze agroalimentari e artigianali che traggono dalla montagna quel valore aggiunto che le rende uniche. **Aziende agricole, botteghe, laboratori la cui visita è un arricchimento per la mente, il cuore, gli occhi e il palato.**

OCCASIONI UNICHE

La montagna non è solo paesaggio: accadono e ci sono cose, da fare e da conoscere. **Musei, eco-musei, architettura tipica, eventi, iniziative, manifestazioni, rievocazioni, resi accessibili o fruibili.**





OSPITALITA'

COME A CASA

Le persone fanno la differenza.

Un'accoglienza genuina, calda e attenta ai dettagli, improntata sulla condivisione e il dialogo con l'ospite.

PICCOLO E' BELLO

Armonia con il contesto. Strutture di piccole dimensioni, dove comfort e qualità del servizio si sposano con le ambientazioni tipiche della montagna.

Chalet, bed&breakfast, agriturismo, albergo diffuso, piccole strutture di charme, glamping.





RISPETTO

LA MONTAGNA E' DI CHI LA DIFENDE

Il turismo di massa consuma l'ambiente
che propone e vende.

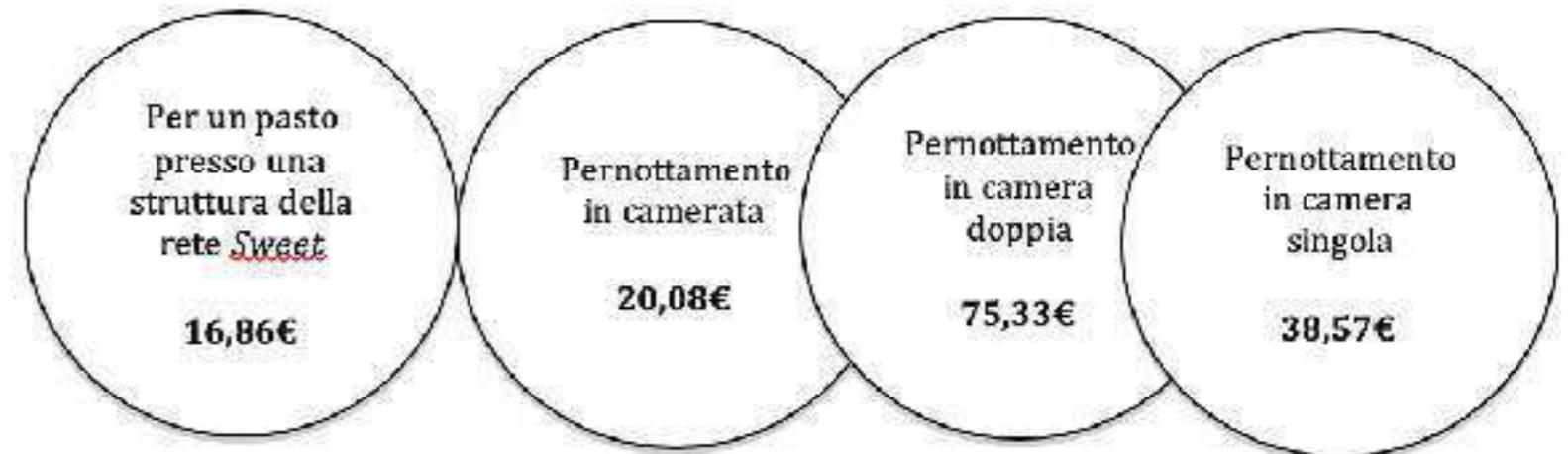
Invece il turismo dolce lo rispetta e lo valorizza.

SENZA MOTORI

Una **fruizione dolce della montagna** rifugge impianti e
infrastrutture e privilegia le attività rispettose come
l'escursionismo, la bicicletta, l'alpinismo, lo sci
alpinismo e le ciaspole.

I DATI

Spesa media di un turista "dolce"



Spesa media di un turista "dolce" accompagnato da 4 amici

45,75€
(183€ costo totale della guida per 4 persone)
Per 5 ore di attività *outdoor* con guida
+
16,86€
Per un pasto presso una struttura della rete *Sweet*
+
37,67€
(75,33€ costo complessivo della doppia)
Per un pernottamento in una camera doppia.

TOTALE SPESA
100,28€

100,28€

Ricavi totali di settore per i professionisti della montagna

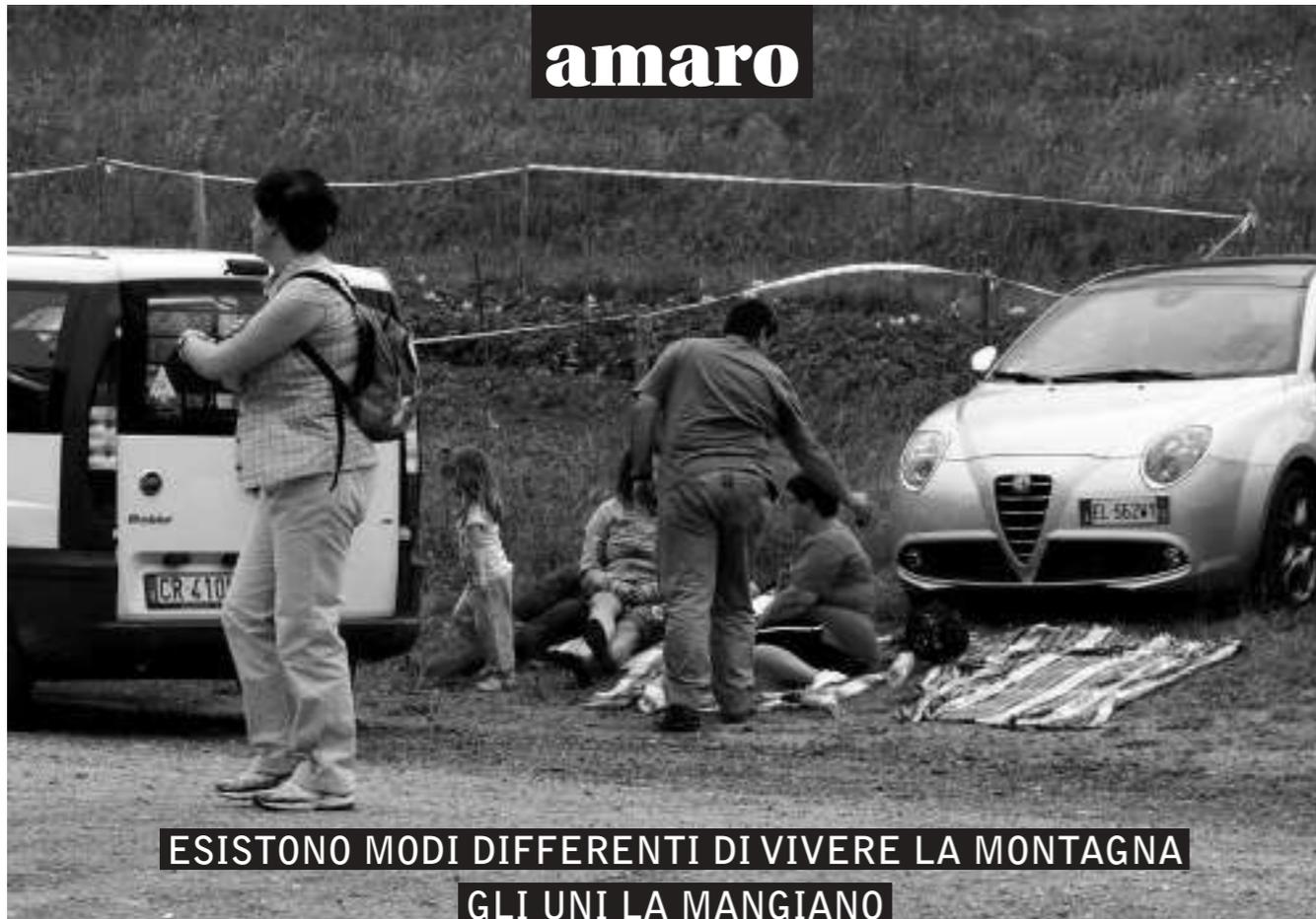
Ricavi da attività outdoor	Ricavi da attività didattiche	Ricavi totali
11.984.128€	2.682.064€	14.666.192€

Ricavi totali di settore per gli imprenditori della montagna

Per pasti serviti	Per pernottamenti	Ricavi totali
9.300.670,94€	11.957.337,04€	21.258.007,98€

Dati raccolti in Piemonte con la collaborazione di 400 professionisti e 266 imprenditori

amaro

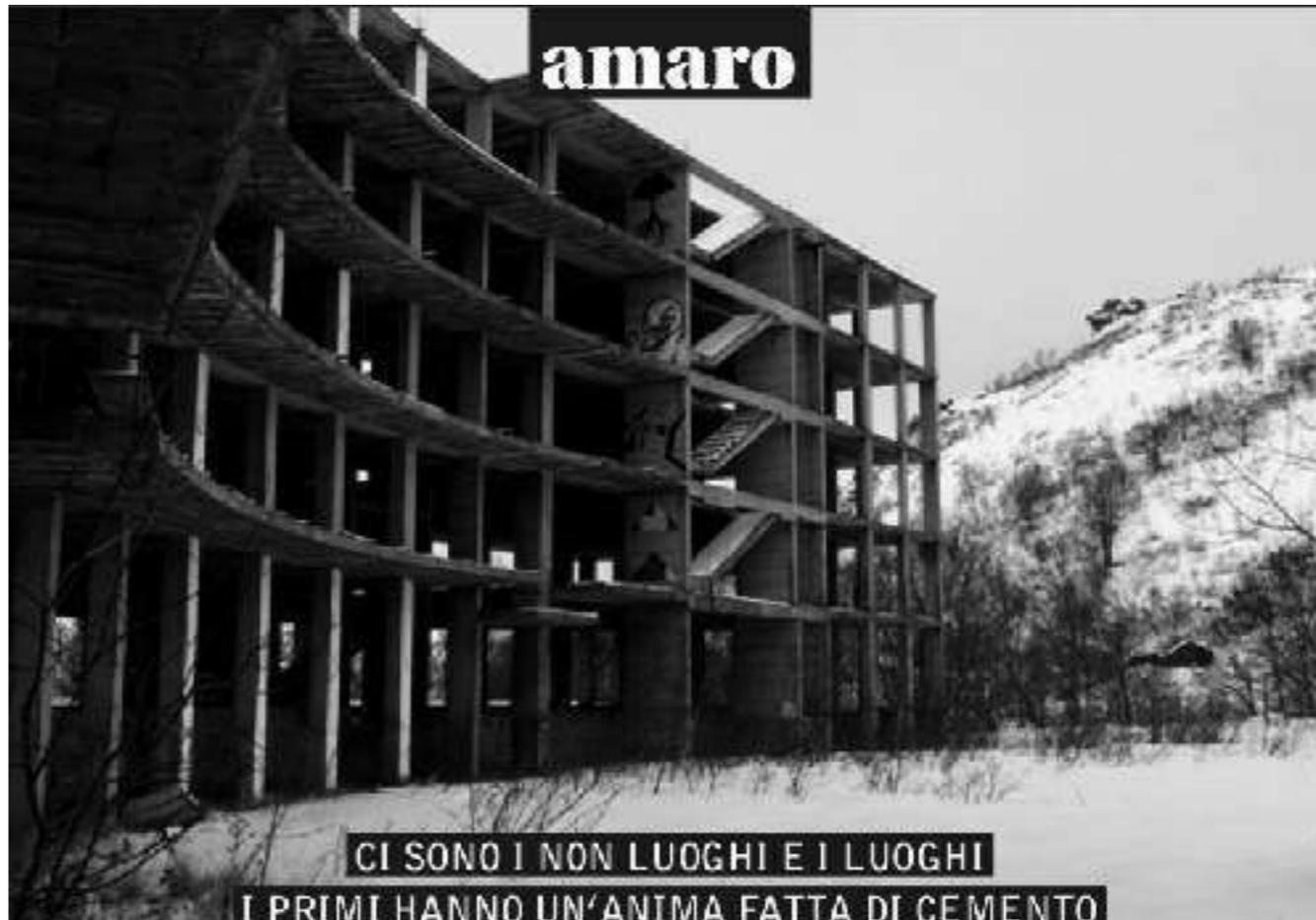


ESISTONO MODI DIFFERENTI DI VIVERE LA MONTAGNA

GLI UNI LA MANGIANO

GLI ALTRI LA ALIMENTANO

amaro



CI SONO I NON LUOGHI E I LUOGHI
I PRIMI HANNO UN'ANIMA FATTA DI CEMENTO

I SECONDI DI PERSONE

dolce



dolce



Il nostro manifesto

- 1_ nessuno va in montagna per ritrovare la città**
- 2_ nessuno ha il diritto di portare la città in montagna**
- 3_ il viaggiatore non è una merce, ma una persona**
- 4_ il montanaro non è un servo, ma un ospite**
- 5_ se ospite e montanaro non si parlano, hanno perso entrambi**
- 6_ il turismo sostenibile non si mangia la montagna, la alimenta**
- 7_ la lentezza non è una rinuncia, ma una conquista**
- 8_ il viaggiatore responsabile è curioso, rispettoso, attento**
- 9_ la montagna non è un museo e nemmeno un lunapark**
- 10_ la montagna dolce è l'unica montagna possibile**



L'ASSOCIAZIONE

Nel 2019 Sweet Mountains è diventata un'associazione autonoma per continuare l'opera di promozione del turismo dolce sulle montagne italiane.

Il progetto è sempre più attuale e foriero di sviluppi, ma ha bisogno del sostegno di tutti.

Morale, organizzativo ed economico. Non si cambia il vecchio turismo di massa senza la partecipazione collettiva di chi ama la montagna.

info@sweetmountains.it

Strada Forni e Goffi 70, Torino



LA GUIDA

Un viaggio nelle Alpi Occidentali tra esperienze indimenticabili a contatto con persone, luoghi, storia, tradizioni e natura.

4 sezioni tematiche

Il silenzio

Un viaggio nella natura delle Alpi Occidentali

La cultura del cibo

Prodotti tipici e filiere

L'incontro

La cultura delle Alpi, tra tradizione e nuove proposte

La storia

Tra forti, castelli, strade reali e antiche borgate

Fusta Editore, Saluzzo



IL SITO

300 realtà, tra rifugi alpini, b&b, piccoli alberghi, agriturismi, ristoranti, musei, artigiani, prodotti tipici, guide e accompagnatori: luoghi unici del turismo dolce sulle Alpi Occidentali.

Luoghi

Schede approfondite

News

Guide di valle

www.sweetmountains.it