

Tavola rotonda “LO SCI NELLE DOLOMITI – SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ”
Pieve di Cadore, Auditorium CosMo, 31 maggio 2019

Organizzatori:

CIPRA Italia, Mountain Wilderness Italia, LIBERA Cadore presidio “Barbara Rizzo”, Ecoistituto Veneto “Alex Langer”, WWF O.A. Terre del Piave, Italia Nostra sez. di Belluno, Gruppo Promotore Parco del Cadore, Comitato Peraltrestrade Carnia-Cadore.

Relatori:

Vanda Bonardo (Responsabile Legambiente delle Alpi, consigliere nazionale di CIPRA)
Umberto Martini (Professore ordinario di Economia e gestione delle imprese Univ. di Trento)
Claudio Primavesi (Direttore responsabile della rivista Skialper)
Ha coordinato la tavola rotonda Luigi Casanova (Vicepresidente di CIPRA Italia)

Documento di sintesi a cura degli organizzatori

LO SCI NELLE DOLOMITI – sostenibilità e responsabilità

Premessa

I cambiamenti climatici in atto, l'abbandono del territorio, lo spopolamento di aree strategiche delle Dolomiti ci impongono una riflessione ad ampio raggio sul turismo nelle Alpi intere. Dobbiamo chiederci quale turismo vogliamo si affermi sui nostri territori, come trovare un equilibrio fra attività sciistiche e conservazione della natura e del paesaggio, come valorizzare i nostri beni comuni, come riprendere possesso di lavori che abbiamo abbandonato, quelli legati alla cura del territorio. Il tutto va inserito nella cornice delle Dolomiti patrimonio naturale dell'umanità. È evidente che per meritare tale patrocinio dobbiamo investire maggiormente nella qualità dell'offerta e nella conoscenza delle nostre tante e diffuse eccellenze: storiche, identitarie, segni del paesaggio e del lavoro dell'uomo. Dovremo essere più incisivi nel trasmettere questi nostri valori, come pure nello strutturare sinergie, collaborazioni concrete fra il mondo del turismo e quello dell'agricoltura, della zootecnia, della cultura. L'esplosione del turismo in tutto il mondo ci impone di affrontare questi temi anche con il fine di non ritrovarci in poco tempo espropriati dei nostri beni, o incapaci-impossibilitati a gestirli, o peggio ancora ad averli svenduti a imprenditori che non sono legati al potenziamento del benessere collettivo quanto unicamente a investire in settori che sono ormai saturi come lo è la monocultura dell'industria dello sci. Un'industria strategica nelle Dolomiti, ma anche un settore che ci sta portando a perdere il contatto diretto con le nostre radici.

Il quadro della situazione

L'ambientalismo non è contrario all'industria dello sci, il tema della serata ci porta a riflettere sul futuro che vogliamo per la montagna italiana, le Alpi e nel nostro caso le Dolomiti.

È evidente come l'industria del turismo, per come è stata gestita fino ad oggi, risulti oltremodo invasiva e imponga una non trascurabile soggezione delle altre economie al suo esclusivo servizio.

Per affrontare la situazione è bene avere chiaro l'attuale quadro economico, sociale e culturale e procedere nell'analisi.

- Siamo in presenza di cambiamenti climatici che comporteranno, o meglio, imporranno nelle Alpi consistenti azioni di adattamento. Alcune gestioni, che si ritenevano consolidate, dovranno rivedere la loro sostenibilità sociale, ambientale ed economica, prima fra tutte quelle legate all'industria dello sci.

- L'adattamento finora sostenuto riguarda unicamente la politica della estrema diffusione dell' innevamento artificiale: costoso in termini di energia, di consumo d'acqua e di paesaggio alpino.

- Non si è riflettuto in modo adeguato sull'ormai definito raggiungimento della stabilità nel numero degli sciatori in Europa, conseguenza anche, ma non solo, dei costi di questo svago, sempre più difficili da sostenere per le famiglie.

- L'industria dello sci è invasiva. Non si pone limiti, sta occupando tutti gli spazi liberi, specialmente nelle Dolomiti. Nemmeno le aree protette e le zone di Rete Natura 2000 vengono risparmiate da questa diffusione. Laddove si arriva con lo sci, l'area sciabile effettiva si moltiplica per 5 (utilizzo superfici esterne per lo sci fuori pista), i rifugi si trasformano in ristoranti, si portano in quota eventi sempre più invasivi (concerti, competizioni di auto e moto), le strade in quota - denominate piste - sono sempre più ampie. Questo proliferare di locali e baite destinate al turismo comportano in inverno trasporti continui con mezzi a motore, che proseguono poi, con traffico crescente, anche in estate. Si pretendono e si progettano collegamenti fra diverse aree, facendoli passare, come *mobilità alternativa* per attingere a contributi pubblici più consistenti,

- Il 2019 è stato l'anno internazionale dedicato al Turismo dolce. In tutta Italia, purtroppo, abbiamo perso un'occasione strategica per riflettere e quindi agire in coerenza con questa prospettiva.

- Gli anni 2015, 2016, 2017, 2018 sono stati i più caldi del secolo nel pianeta. Va ricordato che in montagna il riscaldamento è più accentuato. Se in pianura l'aumento medio della temperatura è di un grado, in montagna è più del doppio. Il Politecnico di Zurigo ha valutato che per la Svizzera, entro il 2050, le temperature medie saliranno in una forbice compresa fra i 2,5 e i 4,5°C. L'*Observatorio Pirenaico del Cambio Climático* (OPCC) ha stimato che con l'attuale velocità degli aumenti di temperatura, mantenendo il trend costante, sui Pirenei si potrebbe registrare per fine secolo un aumento delle temperature medie di 7,1°C. Le criticità imposte dal tema sono sempre più evidenti e il loro propagarsi sempre più veloce.

Se questi dati saranno confermati, le precipitazioni nevose in quota sono destinate a diminuire, la quota della neve salirà costantemente e la neve rimarrà al suolo per periodi temporali sempre minori: è possibile che le superfici ghiacciate sulle montagne europee diminuiscano entro fine secolo del 90%. Altre conseguenze certe: nonostante la neve artificiale, le stagioni invernali diminuiranno ulteriormente fra i 15 e i 30 giorni, la quota della sciabilità salirà ai 1500 metri, ma probabilmente fino ai 1800 metri, portando alla chiusura di molte stazioni, anche rinomate. A causa di questi accadimenti aumenterà, in spazi sempre più ristretti, la pressione antropica sulle alte quote,

gli areali più fragili delle montagne. Gli eventi estremi, la tempesta Vaia ne è un esempio, saranno sempre più frequenti alternando, anche in montagna, lunghi periodi siccitosi a eccessi di precipitazioni.

Da quanto sopra descritto emergono alcune emergenze che dovremo affrontare come priorità.

- L' innevamento artificiale è ormai indispensabile per garantire la sciabilità dei demani turistici e questo comporta la diffusione di bacini di accumulo sempre più grandi. Siamo arrivando a dimensionamenti che si aggirano sui 200.000 mc; nel solo Trentino, ad esempio, i bacini sono 29, il 10% dei laghi naturali presenti (309). Contemporaneamente la risorsa idrica di qualità diventa sempre più rara.
- I costi di gestione delle piste e dell' impiantistica di risalita sono sempre più impegnativi.
- I costi ambientali, vista la diffusione dello sci, risultano sempre più inaccettabili: disturbo faunistico anche notturno, inquinamento luminoso, compattamento dei suoli, riduzione della biodiversità sulle aree aperte, riduzione del periodo vegetativo del cotico erboso e relativa semplificazione, impatto paesaggistico diffuso su larga scala.
- Nonostante Vaia, il tema della sicurezza rimane marginale. Si interviene solo in situazioni di emergenza e mai con una logica preventiva anche se la diffusione delle frane e delle aree valanghive è in preoccupante aumento.
- Dobbiamo registrare come alcune località turistiche risultano oggi pressoché abbandonate. Ci sono alberghi chiusi da anni, non ci si è posti il problema del riutilizzo, giacciono come fantasmi.
- In tutto questo scenario è importante il ruolo della comunicazione. Se si vuole cambiare l' offerta, creare consapevolezza, favorire i percorsi partecipativi nelle scelte della gestione del territorio, sarà necessario dialogare con le persone che in montagna ci vivono e con le aziende che in montagna producono beni e servizi. Un compito impegnativo ma imprescindibile per poter costruire un' offerta turistica diversa.

Questa situazione impone ovunque un cambio di passo repentino e di profilo globale come mai accaduto alla comunità umana nell' età industriale e post-industriale. Le terre alte, invase dalle grandi infrastrutture, non possono non sentirsi chiamate in causa dall' avanzare di queste dinamiche.

La montagna ha bisogno del turismo? E il turismo ha bisogno della montagna?

Il prof. Umberto Martini, dell' Università di Economia turistica di Trento, ha approfondito il tema partendo da alcune domande. Per rispondere a queste domande è necessario però porsi delle altre. Siamo capaci di gestire un turismo sostenibile riprendendo gli obiettivi tracciati dal Rapporto Brundtland del 1987, cioè una gestione capace di garantire, in modo condiviso, quindi partecipato, il futuro? Con la presenza di una volontà politica così indirizzata il percorso diventa attuabile, riprendendo la Dichiarazione di Città del Capo del 2002 laddove, per la prima volta, si afferma che lo sviluppo sostenibile garantisce, in modo prioritario, che le persone possano vivere un territorio, come pure coloro che lo vengono a visitare. Rispettando questi principi la montagna si inserisce in un percorso virtuoso.

- dapprima diventa un luogo dove poter abitare, vi è un senso nel risiedervi. Quindi chi vi entra non trova una montagna falsificata, un parco giochi gestito in funzione di altri soggetti e interessi;

- la montagna diventa luogo dove investire, non dove fare speculazione. Luogo ricco di vita vissuta, di progetti di qualità innovativi e creativi, quindi luogo da visitare;
- la montagna non deve essere luogo incolto;
- è inaccettabile *una montagna della sussistenza*, vi si vive male, è un luogo triste, banale, senza prospettive;
- è inaccettabile *una montagna assistita*, cioè sostenuta solo da trasferimenti di risorse pubbliche, che possono essere necessarie nel rilancio, nel breve periodo, ma non devono diventare regola.

Se la montagna ha bisogno del turismo, come superare i limiti della sussistenza e dell'assistenza?

Il turismo è un'attività economica importante che interessa molte persone. Coinvolge le popolazioni locali in modo attivo, si integra con i servizi e con altre economie ritenute deboli, ma strategiche, investe nelle professionalità, valorizza i luoghi, sempre che questi mantengano la loro forte identità. Il turismo presenta anche dei paradossi. Quando diventa industria e contano solo i numeri, la massificazione porta a perdere equilibrio, quindi, nel tempo, a perdere economia.

Si perdono professioni, si abbandonano i boschi, i pascoli. L'ospite diventa un cliente e il rapporto si raffredda.

Si modifica il paesaggio, troppe volte in modo irreversibile; la montagna perde cultura e identità, diventa sempre più simile alla città, anche nell'offerta.

Si affronta un sovraffollamento in stagione e la desertificazione nei periodi intermedi.

La massificazione porta strutture che presto diventano fatiscenti e difficilmente riconvertibili e che alla fine vengono abbandonate.

Da questi paradossi, dovuti alla mancata condivisione di scelte e obiettivi, nascono i conflitti, che si trasformano in aspre dispute. Da una parte gli speculatori, dall'altra chi si oppone a uno sviluppo predatorio. Un conflitto ideologico, ma indotto, quasi imposto. Il conflitto fra la dimensione economica e quella ambientale, sociale e culturale si manifesta come un insieme di antinomie, mentre non lo sono: l'obiettivo della sostenibilità mette insieme le due visioni, non ne annulla una a scapito dell'altra. Senza dubbio va ricordato che i quattro tipi di capitale, economico, sociale, ambientale e culturale determinano, insieme, il capitale di un territorio. Per arrivare a questo deve esserci però una pianificazione che tenga conto degli stretti legami fra un capitale e l'altro. Prima di tutto evitando la velocità (imposizione) delle decisioni, che porta a squilibri, a scelte deboli e incomplete e che fa cadere nell'irreversibilità.

Il turismo ha bisogno della montagna?

Il turismo in montagna è iniziato tra il 1800 e il 1900: è il turismo legato all'esplorazione scientifica, alla scoperta dell'alpinismo, ai soggiorni termali, al bisogno di salute; è l'epoca dell'alpinismo estremo. Un quadro sostanzialmente elitario. Con il 1950, grazie alla ripresa economica di tutta Europa e dell'Italia, scoppia il boom che si manifesta con il turismo di massa e con lo sci, sostenuto dalle Olimpiadi di Cortina del 1956.

Si vengono così a definire tre montagne: la montagna della storia, la montagna dei VIP, la montagna del turismo di massa. Quest'ultima costituisce il problema di oggi. In pratica siamo fermi al modello degli anni '60-'70, quando la città saliva in montagna.

Dal 2000 in poi tutto è cambiato: i flussi sono diventati globali, si ricerca benessere, vacanza attiva, aumenta la sensibilità ambientale.

Oggi la montagna, per sopravvivere alle dinamiche in atto, non può che essere sostenibile ed evoluta. È necessario allora lasciare alle spalle l'economia industriale fatta di numeri, di modelli che prospettano crescita continua. È il passato. Da oggi emerge il bisogno di un'economia delle esperienze, dei valori, per cercare altro, in una situazione sempre più difficile perché complessa.

I turisti cercano divertimento e svago, salute e benessere, bellezza ed estetica, conoscenza e cultura. Per accogliere tale utenza servono risposte sofisticate, attraverso prodotti che implicino contemplazione, fare e provare esperienze. Questa è la sfida per risultare competitivi.

Massa vuol dire tanti, vuol dire tutti uguali, fare la stessa cosa, interpretare il modello industriale, il passato. Oggi abbiamo nicchie in cui investire, tantissime possibili varianti, più modi di sciare, la bicicletta, la gastronomia legata alla tradizione e all'eccellenza. Dobbiamo proporre quello che gli altri non sono in grado di proporre.

Tutte le montagne sono uguali? Valgono le stesse ricette?

No, vi sono zone oltremodo mature, difficilmente riconvertibili, mentre in vallate definite marginali (o meglio, di frontiera), vi sono potenzialità maggiori perché non devono seguire le tracce degli anni '50 e '60. Nuove nicchie sulle quali investire, un ringiovanimento delle proposte, un insieme di poli attrattivi.

La proposta per il futuro del turismo in montagna non può che essere inserita nel concetto di limite. Il limite in montagna è reale, costituisce la sua storia: limite dello spazio vivibile, limite delle quote, limite delle risorse, limite degli spazi, limite della accessibilità. Specialmente in questo periodo di trasformazioni, accelerate dai cambiamenti climatici in atto, la proposta del turismo in montagna non può eludere la realtà, fisica e concettuale, del limite.