

Di alberghi e di seconde case nelle valli alpine ce ne sono in abbondanza. Molte strutture aspettano solo di essere occupate dai turisti, ma oggi sono in sofferenza e le seconde case appaiono per la gran parte dell'anno vuote, dando alla località la sembianza di "non luoghi".

Si tratta di adottare la cosiddetta strategia multifunzionale legata alla differenziazione dell'offerta turistica. Da una parte, quindi, si dovrà ampliare la gamma dei servizi offerti nel periodo invernale (turismo escursionistico, congressuale, *wellness*, ecc) e dall'altra potenziare l'offerta turistica al di fuori dell'inverno, soprattutto turismo estivo, ma anche nelle stagioni intermedie.

La parola chiave per le località turistiche montane del futuro non dovrà più passare per turismo=monocultura dello sci, aumento del demanio sciabile, neve artificiale e nuovi collegamenti. In tempi in cui si assiste al calo del numero degli sciatori e a progressivi effetti del riscaldamento climatico, a lungo termine riusciranno

a mantenersi in vita e a mantenere la loro autonomia quelle località turistiche dell'arco alpino in grado di comprendere che natura e paesaggio sono il loro capitale più grande e perciò a sviluppare alternative da opporre al puro sci alpino. I nuovi concetti fondamentali da seguire saranno quindi: agricoltura, turismo a passo lento, destagionalizzazione e cultura tradizionale. Ovviamente tutto questo sarà possibile soltanto se questi nuovi processi di sviluppo saranno supportati da una volontà politica quantomeno locale in grado di concretizzare i bisogni e gli input che vengono proposti loro.

*L'autore di quest'articolo è Presidente della Commissione Regionale CAI-TAM Veneto*

## Approfondimento

### SETTE MOSSE PER USCIRE DALLA CRISI DEL TURISMO ALPINO

Secondo CIPRA il turismo alpino estivo realizza un fatturato complessivo nettamente superiore di quello invernale; sulle Alpi italiane la percentuale di presenze nel periodo invernale è pari al 4,1% contro il 10,8% nel periodo estivo (dato medio fra le località analizzate).

La ricetta per il futuro del turismo montano dovrebbe includere almeno questi 7 punti principali:

- Dare un'alternativa sportiva alla pratica dello sci alpino: favorire lo sviluppo e la diffusione del turismo a passo lento quindi escursionismo estivo e invernale in primis.
- Valorizzazione del patrimonio naturale e culturale per il marketing e il turismo nello spazio alpino: puntare ovviamente di più sul turismo estivo, promuovendo gli itinerari naturalistici di scoperta presso le aree protette, le oasi naturalistiche, le montagne Patrimonio Unesco e i siti di rete Natura 2000.
- Sviluppo di una comunità locale accogliente con la creazione di un "Paese Albergo" o "Albergo Diffuso": questo permetterebbe anche di recuperare il patrimonio residenziale esistente e/o in stato di abbandono, sull'esempio del Friuli Venezia Giulia.
- Valorizzazione dei percorsi storici: rea-

lizzazione di itinerari alla scoperta dei siti archeologici e/o dei luoghi della grande guerra.

- Valorizzazione della filiera turistica integrata con le filiere del legno e dell'agroalimentare, per la promozione del turismo alpino nelle stagioni intermedie (primavera, autunno): puntare sul turismo eno-gastronomico alla riscoperta dei sapori della tradizione locale sfruttando le attività agrituristiche su modello del Gallo Rosso in Alto-Adige.
- Mobilità alternativa: puntare su un ap-

proccio più eco-sostenibile significa disporre di una serie di offerte individuali di mobilità dolce, a tutela del clima, in particolare servizi navetta, taxi per gli escursionisti e skibus gratuiti, veicoli elettrici, e-bike, auto ecocompatibili a noleggio, uso integrato del treno. Tutto questo permette di garantire una vacanza di qualità e offrire una esperienza di viaggio responsabile.

- Vacanze benessere: per rendere più appetibile la località agli amanti del riposo e del benessere psico-fisico.

