



## **Documento di posizione della CIPRA**

### **Transizione nel turismo invernale**

Il turismo ha portato ricchezza nelle Alpi. In molte regioni continua ad essere un'importante fonte di reddito, ma anche un fattore di rischio per la dipendenza da un solo settore. L'importanza e l'orientamento del turismo sono tuttavia molto differenziati negli Stati alpini. Un elemento però li accomuna trasversalmente: il cambiamento del comportamento dei visitatori e il cambiamento climatico impongono nuove strategie e nuovi approcci. Si rende perciò necessaria una trasformazione socioeconomica che tenga conto del passato, del presente e delle potenzialità future del turismo.

La Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi CIPRA considera il presente documento di posizione come un contributo costruttivo per promuovere il cambiamento da parte delle destinazioni turistiche. Non ci sono tuttavia ricette universalmente valide per promuovere un turismo invernale capace di futuro. Le richieste qui riportate vanno pertanto intese come spunti di riflessione. La CIPRA è convinta che, con una impostazione e una implementazione intelligenti, il turismo può collegare diversi ambiti della vita e diversi interessi delle popolazioni locali e dei turisti nelle Alpi, contribuendo alla qualità della vita di tutti. Perché, in fin dei conti, quello che conta è una buona qualità della vita nelle Alpi – sia d'estate che d'inverno.

#### **Situazione iniziale e tendenze**

Il numero dei pernottamenti nelle Alpi è in calo da anni, anche nei centri di sport invernali<sup>1</sup> che in precedenza avevano successo. Anche il numero delle cosiddette giornate di sci è tendenzialmente in diminuzione in tutti i Paesi alpini da cinque anni<sup>2</sup>, così come la durata dei soggiorni. Da un quarto ad un terzo delle stazioni sciistiche è in deficit<sup>3</sup>.

Le aspettative degli ospiti sono molteplici: non si limitano a voler sciare, ma vogliono anche fare escursioni con le ciaspole, ascoltare concerti, rigenerarsi in centri wellness e frequentare corsi di meditazione, gustare le specialità regionali o avvicinarsi alla cultura e alle tradizioni locali. In particolare i giovani, solo alcuni praticano gli sport invernali e perlopiù occasionalmente<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> International Report on Snow & Mountain Tourism 2017. Overview of the key industry figures for ski resorts [www.vanat.ch/RM-world-report-2017-vanat.pdf](http://www.vanat.ch/RM-world-report-2017-vanat.pdf).

<sup>2</sup> Martin Falk 2017: Gains from Horizontal Collaboration among Ski Areas, Tourism Management. Esempio della Svizzera: nel 1994 gli impianti di risalita hanno fatto registrare sui 34 milioni di skier days, nel 2014 circa 23.9 milioni, corrispondenti a un calo del 25%. Fonte: Associazione Funivia Svizzera, Rapporto di gestione 2014.

<sup>3</sup> Martin Falk, A Survival Analysis of Ski Lift Companies, 2011.

<sup>4</sup> Macchiavelli e Pozzi 2014.



La competizione globale alimenta l'escalation degli investimenti. In molti nel settore del turismo alpino puntano tutto sulla carta "più grande e più veloce". Rincorrono i mercati lontani e con eventi spettacolari cercano di attrarre ospiti provenienti da lontano, spesso per una singola visita. Di conseguenza i costi per marketing, infrastrutture e manutenzione continuano ad aumentare.

Le sfide si aggravano con il cambiamento climatico. Già ora, nell'arco di un anno, al di sotto dei 1000 metri cade più pioggia che neve<sup>5</sup> e la stagione sciistica diventa sempre più corta<sup>6</sup>. La neve artificiale è solo un ripiego: per produrla sono necessari da tre a cinque giorni consecutivi con temperature inferiori a zero gradi – condizioni sempre meno frequenti<sup>7</sup>. Secondo le previsioni entro il 2050 soltanto le aree al di sopra dei 1800 metri potranno contare sul turismo sciistico<sup>8</sup>. Che cosa si potrà fare nelle altre aree?

Alcune delle misure adottate per affrontare i problemi sopra esposti in realtà accelerano il cambiamento climatico, ad esempio se si attirano visitatori provenienti da lontano con trasferimenti in aereo. Alcuni provvedimenti provocano gravi ripercussioni sull'ambiente e il benessere della popolazione<sup>9</sup>. L'innnevamento artificiale, ad esempio, comporta un aumento esponenziale del consumo di acqua e di energia. Ricerche condotte in Francia dimostrano che in alcune aree sciistiche la qualità dell'acqua potabile è peggiorata per effetto dell'acqua contaminata proveniente dai serbatoi, dell'acqua addotta da altre zone e degli additivi usati nella preparazione della neve per consentire gli eventi sciistici. Interventi che alterano il territorio e il bilancio idrico possono provocare erosione e smottamenti, mettendo a rischio la sicurezza degli abitanti<sup>10</sup>. L'inquinamento acustico e le polveri sottili provocate dal traffico turistico compromettono la qualità della vita non solo nelle destinazioni, ma anche nelle regioni lungo le vie di accesso.

L'immagine di montagne innevate e paesaggi intatti trasmessa dagli operatori turistici fa sempre più fatica a trovare corrispondenza nella realtà. Tuttavia per molte destinazioni e operatori turistici, mettere in discussione lo sci alpino pare un sacrilegio. Nonostante l'incertezza delle prospettive, continuano a puntare sull'espansione delle infrastrutture sciistiche. Le richieste di finanziamenti pubblici per attività di marketing e infrastrutture si fanno sempre più pressanti e il rischio viene trasferito alla collettività.

---

<sup>5</sup> Marty e Meister 2012.

<sup>6</sup> Università di Neuenburg / WSL-Istituto per lo studio della neve e delle valanghe SLF / Istituto federale di ricerca per la foresta, la neve e il paesaggio WSL 2016.

<sup>7</sup> Falk e de Jong 2015.

<sup>8</sup> Bürki, Elsasser, Abegg 2003: Climate Change and Winter Sports: Environmental and Economic Threats.

<sup>9</sup> Hamberger, Doering: Der gekaufte Winter. Gesellschaft für Ökologische Forschung 2015.

[www.goef.de/media/der\\_gekaufte\\_winter\\_20151212.pdf](http://www.goef.de/media/der_gekaufte_winter_20151212.pdf); Iseli 2015: Innnevamento artificiale in Svizzera: diffusione ed effetti. Università di Berna e Mountain Wilderness Svizzera 2015.

[http://mountainwilderness.ch/fileadmin/user\\_upload/pdf/kommunikation/aktuell/2015/2015\\_Iseli\\_Kuenstliche\\_Beschneigung\\_01.pdf](http://mountainwilderness.ch/fileadmin/user_upload/pdf/kommunikation/aktuell/2015/2015_Iseli_Kuenstliche_Beschneigung_01.pdf)

<sup>10</sup> de Jong 2011.



## **Richieste**

### **1. Il turismo sostenibile rispetta i limiti delle risorse disponibili e stimola approcci innovativi!**

Ci sono molti modi per rendere il turismo invernale nelle Alpi sostenibile, sia in termini di viaggio, soggiorno, gastronomia o attività del tempo libero. Ripensare il turismo invernale significa utilizzare le risorse locali per sviluppare pacchetti olistici e orientarsi in particolare al turismo su tutto l'arco dell'anno. Tali pacchetti dovrebbero valorizzare il patrimonio naturale e culturale, coinvolgere i visitatori, gli abitanti e i proprietari di seconde case, prendere in considerazione le questioni legate alla mobilità e collegare il turismo con altri settori quali agricoltura, artigianato, istruzione, attività di benessere e patrimonio culturale. Questo scambio può diventare una forza trainante per innovazioni sociali ed economiche che vanno ben oltre la creazione di valore aggiunto economico e arricchiscono l'intera regione.

Il presupposto è che le destinazioni si confrontino con i loro valori e le loro potenzialità e, partendo da questa analisi, elaborino strategie olistiche. Questo richiede da una parte spazi nei quali i visitatori e gli abitanti possano praticare insieme esperienze di partecipazione e innovazione, dall'altra la moderazione e la garanzia dei risultati da parte della politica.

La CIPRA chiede ai politici locali e regionali di riflettere sulle loro responsabilità nei confronti della società: invece di lottare per ottenere successo a breve termine, essi dovrebbero impegnarsi a lungo termine per creare condizioni quadro che permettano una buona qualità della vita per tutti nelle Alpi, sia abitanti che visitatori, e motivare tutti a collaborare alla loro realizzazione. Tali condizioni quadro si basano su tre principi chiave: salvaguardia e riqualificazione dell'ambiente; diversificazione e tipicità dell'offerta; miglioramento della qualità declinata in tutti gli aspetti: qualità dell'accoglienza, paesaggistica o dei servizi pubblici.

### **2. Nessuno sviluppo turistico su ghiacciai e paesaggi incontaminati!**

Il capitale del turismo nelle Alpi è il paesaggio. I sondaggi confermano che vivere la natura e la montagna è in cima alla lista dei desideri dei visitatori, seguito dall'ospitalità<sup>11</sup>. Ma la natura e le montagne non sono al sicuro. L'aumento della quota neve e la diminuzione nelle zone con neve garantita – in conseguenza del cambiamento climatico – non devono portare allo sfruttamento di ghiacciai e paesaggi incontaminati con nuovi comprensori sciistici o ad altre forme di utilizzo intensivo.

La CIPRA chiede il divieto ad un ulteriore sfruttamento turistico dei ghiacciai e degli ambienti finora non sfruttati esteso a tutto lo spazio alpino. A questo proposito occorre armonizzare le politiche di pianificazione territoriale e di sviluppo a livello panalpino. Strumenti di provata efficacia, come ad esempio il Piano alpino della Baviera, devono

---

<sup>11</sup> Svizzera Turismo 2013.



essere rispettati e rafforzati, così come i Protocolli attuativi della Convenzione delle Alpi.

Una concentrazione del turismo sciistico sulle zone già sfruttate senza un incremento delle capacità può contribuire a ridurre la pressione sulle aree finora non sfruttate. Inoltre, è innanzitutto necessario una moratoria per l'ampliamento di zone sciistiche con l'obiettivo di sviluppare prospettive per uno sviluppo sostenibile. La CIPRA sottolinea in particolare che l'attuale tendenza alla fusione di aree sciistiche non garantisce visitatori aggiuntivi<sup>12</sup>. Tali fusioni di comprensori sciistici non si limitano a provocare un grave impatto ambientale, ma sono anche discutibili dal punto di vista economico.

Per l'ulteriore sviluppo del turismo occorre elaborare uno strumento di pianificazione territoriale semplice da applicare, che consenta un'ordinata convivenza di attività del tempo libero intensive e di un turismo dolce, nel rispetto degli ambienti poco o per nulla sfruttati.

### **3. Smantellare le infrastrutture dismesse e ridimensionare le aree destinate a zone residenziali!**

In alcune regioni turistiche la pianificazione e le infrastrutture risalgono a un tempo in cui prevaleva un clima di euforia e si riteneva che la crescita fosse infinita. Da allora molte strutture, skilift e altri impianti sportivi, sono stati dismessi e ora giacciono abbandonati a deturpare il paesaggio. In molti luoghi le vaste aree edificabili, destinate alla costruzione di seconde case e complessi alberghieri, sono un ostacolo per una pianificazione a basso consumo di territorio. Le seconde case fanno salire i prezzi immobiliari, rendendo così le abitazioni inaccessibili alla gente del posto. Anche se le seconde case sono usate solo per poche settimane all'anno, i comuni devono fornire le opere di urbanizzazione e i servizi.

La CIPRA chiede la riconversione delle infrastrutture turistiche dismesse o il loro smantellamento, nel caso in cui una riconversione non sia possibile od opportuna, come ad esempio in caso di edifici non compresi in aree edificabili. Occorre elaborare e applicare modelli innovativi per la valorizzazione e l'utilizzo delle seconde case. La pianificazione territoriale dovrebbe essere finalizzata ad un uso limitato del suolo e favorire nuove prospettive di sviluppo. In questo senso le aree destinate allo sviluppo di edilizia residenziale dovrebbero essere ridimensionate e le aree edificabili dovrebbero basarsi su scenari realistici.

### **4. Creare e promuovere offerte di mobilità sostenibile!**

Senza mobilità non c'è turismo. Soprattutto i trasferimenti di andata e ritorno degli ospiti, ma anche la mobilità all'interno di una destinazione, provocano un rilevante impatto con ripercussioni sia per le persone sia per l'ambiente. È importante offrire

---

<sup>12</sup> Martin Falk 2017: Gains from horizontal collaboration among ski areas.



soluzioni per entrambe le esigenze di mobilità: se in loco non c'è un'offerta di mobilità, nessuno arriverà senza auto. Oltre al rumore, le emissioni di CO<sub>2</sub> sono tra le conseguenze più rilevanti. Il 75% delle emissioni di CO<sub>2</sub> dovute al turismo sono da addebitare al traffico; l'84% dei viaggi turistici nelle Alpi vengono effettuati con l'auto<sup>13</sup>. Sono tuttavia presenti grandi differenze tra i Paesi alpini. In Svizzera ad esempio i turisti, ma anche gli abitanti, approfittano di una rete di trasporto pubblico ben sviluppata. Tuttavia, considerando le Alpi nel loro complesso, l'offerta di trasporto pubblico nelle zone montane tende a diminuire, in particolare nelle regioni rurali.

La CIPRA chiede di migliorare l'offerta di trasporto pubblico e che questa sia commisurata alle esigenze sia dei visitatori che degli abitanti. Dove un potenziamento dell'offerta non è ragionevole, possono essere adottati modelli basati sulla domanda, come autobus a chiamata o autobus dei cittadini. La crescente digitalizzazione apre nuove possibilità fino a poco tempo fa impensabili. Occorre mettere a disposizione pacchetti comprendenti il trasporto bagagli e un semplice sistema di prenotazione, tale da consentire ai visitatori un confortevole viaggio di andata e ritorno con mezzi di trasporto pubblico. L'attribuzione di priorità al trasporto pubblico deve essere abbinata a un'esaustiva informazione dei visitatori e ad efficaci iniziative di marketing.

## **5. La promozione del turismo richiede strategie regionali olistiche!**

Il sostegno finanziario a favore del turismo ha un ruolo decisivo per determinare se il suo sviluppo sarà orientato alla sostenibilità. Ogni euro investito in neve artificiale, ad esempio, aumenta la dipendenza dal turismo sciistico. Nelle zone poste a quote più basse tali investimenti non hanno alcun senso anche in una prospettiva imprenditoriale. Inoltre, riducono i fondi disponibili per gli investimenti con prospettive a lungo termine in altri settori.

La CIPRA chiede una revisione della politica di incentivazione. I finanziamenti internazionali, nazionali e regionali devono essere orientati a strategie di incentivazione basate sui criteri di un turismo sostenibile. Servono programmi di sostegno specifici, adattati su scala regionale, per promuovere innovazioni e la riconversione e/o l'abbandono del turismo invernale intensivo, come ad esempio la trasformazione dell'eccesso di capacità ricettiva degli alberghi in edilizia residenziale. Ciò richiede la definizione di standard di qualità complessivi sulla base delle conoscenze scientifiche esistenti<sup>14</sup>.

L'obiettivo da perseguire è una politica di incentivazione orientata a misure interconnesse, a lungo termine e capaci di futuro volte a promuovere un turismo sostenibile invernale o su tutto l'arco dell'anno e a trattenere il valore aggiunto nella regione. In ogni caso, un prerequisito è costituito da strategie olistiche regionali che prendano in considerazione anche i consumi energetici, la mobilità turistica e altri

<sup>13</sup> CIPRA-compact «Turismo nel cambiamento climatico» 2010

<sup>14</sup> Siegrist, Gessner, Ketterer Bonnelame 2015: Naturnaher Tourismus. Qualitätsstandards für sanftes Reisen in den Alpen.



**CIPRA**  
**VIVERE**  
**NELLE ALPI**

settori rilevanti come l'agricoltura e la biodiversità. Nell'elaborazione di tali strategie occorre anche prendere in considerazione il distacco dal turismo come unica prospettiva di sviluppo.

La CIPRA esorta inoltre i competenti enti pubblici a rendere pubblica l'assegnazione di finanziamenti e a verificare regolarmente l'applicazione e l'efficacia dei criteri di assegnazione.

## **6. Imparare dai pionieri!**

Ci sono destinazioni che hanno avviato un percorso di ripensamento del turismo verso nuove prospettive. Questi buoni esempi dovrebbero essere incentivati e fatti conoscere. I parchi naturali e nazionali, ad esempio, possono assumere un ruolo modello come aree laboratorio verso un turismo più rispettoso dell'ambiente e delle risorse, in cui si sperimenta una nuova cultura dell'accoglienza e della collaborazione.

La CIPRA chiede ai decisori nel settore del turismo di sostenere e diffondere approcci alternativi e innovativi. Ciò richiede una redistribuzione dei budget per il marketing: invece di corteggiare visitatori provenienti dall'Asia e da oltre Oceano con immagini avulse dalla realtà locale e chilometri di piste, offerte mirate alle peculiarità locali richiamano visitatori interessati alla natura e alla cultura e alla ricerca di esperienze autentiche di montagna. In regioni pilota vengono sperimentati nuovi modelli turistici che si basano sul rispetto e la valorizzazione dell'ambiente e delle sue risorse. Le forme di espressione locali delle culture alpine acquistano un nuovo apprezzamento e ricevono nuovi impulsi. Lo scambio tra i pionieri di questo turismo innovativo e con i rappresentanti di altri settori rafforza la collaborazione sovraregionale e interdisciplinare e promuove un costante sviluppo.

Schaan, febbraio 2017

### **CIPRA, un'organizzazione variegata e dalle molte sfaccettature**

La CIPRA, Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi, è un'organizzazione non governativa, strutturata in rappresentanze dislocate nei sette Stati alpini. Ne aderiscono più di 100 associazioni e organizzazioni. La CIPRA opera in favore di uno sviluppo sostenibile nelle Alpi e si impegna per la salvaguardia del patrimonio naturale e culturale, per il mantenimento delle varietà regionali e per la ricerca di soluzioni ai problemi transfrontalieri dello spazio alpino.

[www.cipra.org](http://www.cipra.org)