

# QUALI PROSPETTIVE ECONOMICHE E OCCUPAZIONALI PER IL TURISMO NELLE VALLATE ALPINE – 1

*di Luciano Pilati<sup>1</sup>*

Ho accettato con simpatia e coerentemente al mio carattere, con un entusiasmo l'invito che mi è stato rivolto di dare un piccolo contributo allo svolgimento di questo nuovo incontro "Incontri Tra/Montani". Devo congratularmi con i circoli culturali che hanno dato vita a questo momento d'incontro, per la continuità che riescono a dare all'iniziativa, specialmente di questi tempi credo ci sia una difficoltà obiettiva a reperire le risorse per dare vita a momenti di aggregazione e di sviluppo di questo tipo, con una finalità eminentemente culturale.

A me è stato chiesto di discutere il tema "quali prospettive economiche e occupazionali per il turismo nelle vallate alpine?": ho steso un piccolo documento nel quale cerco di esporvi alcuni dati, frutto di indagini che sono state fatte nella realtà della provincia di Trento, e di proporre anche alcune linee di intervento per il turismo nelle vallate alpine, come vi dirò, soprattutto per il controllo del turismo nelle vallate alpine.

Parto con una considerazione preliminare che potrebbe in qualche modo sembrare anche provocatoria: se predisponessi un manifesto con il titolo "Turismo in montagna: no grazie!" voi lo sottoscrivereste? La montagna alpina può fare a meno del turismo? Forse ci sono dei punti di valutazione di questo problema che sono un pochino stereotipati, forse non è il turismo che non vogliamo, ma è un certo tipo di turismo che non vogliamo.

Il rischio allora, è quello di fare di ogni erba come si suol dire un fascio e di non capire l'importanza, non solo del fenomeno in se ma degli strumenti che dovremmo attivare per discriminare tra turismo cattivo e turismo buono, a partire da alcuni dati obiettivi, quindi, dobbiamo riflettere sul turismo, individuare le tipologie, capire effetti, discriminare in relazione a questi il buono dal cattivo e poi capire come le comunità locali possano intervenire per porre sotto controllo quello che è il turismo cattivo.

## **COME CONTROLLARE IL "TURISMO CATTIVO"**

Io vi propongo una piccola riflessione a riguardo, andando a cercare gli strumenti operativi per porre sotto controllo il turismo cattivo; perché le comunità locali, i comuni possono cercare oggi una funzione nuova per il controllo del turismo. È una linea di tendenza che si va manifestando, la gestione del territorio deve diventare in larga misura competenza delle comunità locali: in questa ottica le comunità locali devono avere il coraggio di darsi gli strumenti per controllare la fruizione delle risorse sul territorio. Il punto di partenza da cui muovo, è che il turismo nel volgere di pochi lustri, è diventato un comparto fondamentale nell'economia delle aree montane. Il turismo, inteso come insieme di attività finalizzate alla soddisfazione del turista, dà oggi un apporto sostanziale all'economia della montagna alpina in termini di reddito e come vedremo, ancor più in termini di occupazione.

Il turista fornisce direttamente o indirettamente in alcuni comprensori, con grande vocazione turistica della montagna, la metà dei posti di lavoro. Ci sono realtà della montagna, un esempio che potrei portarvi è quello della Val di Sole, abbiamo qui un illustre rappresentante, un posto di lavoro su due è fornito direttamente o indirettamente dal turismo; la domanda è: può la Val di Sole, con questi comprensori, fare a meno del turismo? Il turismo rappresenta una fonte di reddito diretta per albergatori, camerieri, cuochi, ristoratori, maestri di sci, ma indirettamente anche per commercianti, artigiani, trasportatori e via discutendo.

---

<sup>1</sup> Professore all'Università di Economia e Commercio di Trento.

In particolare, nelle valli situate a quota elevata le opportunità di occupazione fornite dal turismo, rappresentano la nuova potente barriera allo spopolamento che supporta ed integra l'azione del sistema agro-forestale. Lo sviluppo del turismo nella montagna sostiene il reddito e previene l'esodo, ma pone anche, e questo mi pare giusto rilevarlo, una serie di problemi di ordine economico, in relazione alla evoluzione della domanda turistica, problemi di ordine urbanistico, per il carico di infrastrutture che il comparto del turismo ha bisogno.

Il turismo presenta inoltre una criticità di tipo ambientale, per la pressione che la concentrazione delle presenze turistiche nel tempo genera sulle risorse naturali; questi problemi di ordine economico, sociale ed urbanistico non si presentano in modo omogeneo sul territorio della montagna, anzi risultano significativamente differenziate a seconda della consistenza dell' offerta turistica locale nonché della tipologia turistica che si considera.

Il turismo delle aree di montagna, si presenta come un sistema molto frastagliato con delle potenzialità e dei limiti collegati alle caratteristiche olografiche ambientali e paesaggistiche nonché alla dotazione di infrastrutture turistiche. In alcune valli si punta a promuovere la crescita della presenza, in altre invece prevale uno sforzo di riqualificazione dell'offerta e di controllo della domanda.

### **CAMBIA LA DOMANDA TURISTICA**

Comune a tutte le diverse realtà territoriali della montagna è l'effetto della modificazione di fondo della domanda turistica: la vacanza lunga è ormai riservata a pochi, il turista pensa a giorno piuttosto che a settimane di vacanza e va in vacanza sempre più, solo il fine settimana, si assiste di conseguenza ad una progressiva riduzione della durata media del soggiorno, diminuisce cioè la permanenza media nella struttura ricettiva; la ripercussione più immediata, della riduzione della durata media del soggiorno, è ovvia, deve aumentare il numero degli arrivi per raggiungere un livello invariato di presenze.

Diminuisce il numero di giorni che il turista permane, se volete fare un medesimo numero di presenze dovete aumentare il numero degli arrivi. L'aumento più che proporzionale degli arrivi rispetto alle presenze, ha delle implicazioni di tipo urbanistico, in quanto aumenta la pressione sulla viabilità e vediamo il caos del traffico in tutte le località della montagna ma anche di ordine economico ed ambientale, in quanto cambia il modo di rapportarsi al territorio da parte del turista; non è solo una questione di viabilità è un modo di fruire del territorio ai fini del controllo di questi effetti indesiderati del turismo nelle aree di montagna, si devono o si dovrebbero manovrare in modo sinergico gli strumenti della politica economica e della politica urbanistica. Credo che questo sia l'elemento di novità, cercare momenti di sinergia e combinazione di due campi che non si sono mai visti molto volentieri: la politica economica e la politica urbanistica; occorre a mio avviso, programmare il turismo non considerandolo solo come un'attività economica, ma come un sottosistema sociale e ambientale capace di incidere in diversi modi sulla vita delle comunità locali.

L'attività del turismo innesca ad un tempo trasformazioni di diversa natura, economiche, sociali ed ambientali.

Il riferimento, credo interessante che è stato fatto nella relazione precedente, è al modo di organizzare il turismo, abbiamo turismo individuale, turismo di gruppo, abbiamo quindi ripercussioni in relazione alle caratteristiche sociali del fenomeno e quindi nei confronti di tutte le componenti, non solo di quelle economiche che occorre valutare e pianificare gli effetti del turismo. Per programmare il turismo nell'area montana credo si debbano fare tre diversi passaggi e sono poi passaggi che svilupperò nell'ambito della relazione, anche se evidentemente, in modo molto succinto: prima di tutto accertare il contributo economico ed occupazionale del turismo, individuando il contributo per tipologie, non il contributo del turismo, il contributo delle tipologie di turismo, turismo alberghiero piuttosto che nelle seconde case, invernale piuttosto che estivo, termale piuttosto che ricreativo, culturale piuttosto che qual cos'altro.

In secondo luogo superare la collocazione strettamente settoriale della politica di sviluppo per il turismo, mettendo a frutto, ad esempio, i legami orizzontali della dimensione del territorio; sul territorio ci sono diverse attività, l'attività agricola, artigianale, il problema è come integrare il turismo con queste attività, quindi non pensare uno sviluppo del turismo indipendentemente dallo sviluppo delle altre attività che esistono sul territorio.

Il ragionamento sul turismo culturale come momento di differenziazione dell' offerta o di integrazione dell'offerta.

Il terzo punto: occorre promuovere un'integrazione tra politica economica ed urbanistica per affrontare le esigenze spaziali in un'ottica integrata, in modo tale da perseguire l'obiettivo della qualità intesa come massimizzazione del valore aggiunto della presenza turistica e l'obiettivo ambientale come minimizzazione del consumo di risorse naturali. Il ragionamento particolare va fatto sulle infrastrutture ricettive, qui c'è di mezzo anche, non riuscirò a svilupparlo, un discorso sulla salute del turista; è importante, ad esempio, quando ci sono impianti sciistici e attività di tipo sportivo.

### **TURISMO CULTURALE E DIFFERENZIAZIONE DELL'OFFERTA**

Vi propongo innanzitutto alcune considerazioni sul contributo del turismo nelle aree di montagna; una valutazione che ho fatto considera alcuni dati rilevanti di indagini apposite, sia sul reddito che sull'occupazione collegate al turismo.

C'è un'osservazione preliminare di carattere tecnico che devo fare: ciò riguarda la difficoltà di fare questo tipo di valutazione, la valutazione del comparto del turismo in chiave economica nonostante la grande quantità di dati statistici a disposizione, dati statistici sugli arrivi, sulle presenze, sulle caratteristiche delle strutture ricettive (sappiamo quanti di prima qualità, quanti a 3 stelle, quanti a 2 stelle, conosciamo un sacco di cose) nonostante tutto ciò non è facile, una valutazione di sintesi dal punto di vista economico del turismo è complicata dal fatto che questo comparto non è considerato nelle statistiche a se stante. Voi prendete una statistica economica sull'occupazione, sul valore aggiunto non troverete la voce turismo, turismo non è un settore, è un comparto non considerato esplicitamente dalle statistiche.

Il turismo è un insieme di attività ricomprese per lo più nel settore terziario, ma non tutte le attività del turismo stanno nel settore terziario, ma non tutte le attività del turismo stanno nel settore terziario: ci sono attività di trasporto, ci sono attività connesse di tipo artigianale, che sono attività che noi faremo rientrare nel mondo del turismo, che non sono attività comprese nel settore terziario.

Il valore aggiunto del turismo, comprende la gran parte di alberghi o di esercizi, comprende ancora il valore aggiunto di impianti di risalita, di maestri di sci, noleggiatori di attrezzature sportive, trasportatori e quant'altro; per identificare il valore aggiunto dovete andare a cercare, in tante caselle diverse e fare eventualmente delle somme. Secondo una concezione non ristretta di turismo ma una concezione allargata, dovremmo conteggiare anche gli effetti indotti dal turismo sulle altre attività economiche, come ad esempio le attività commerciali, le attività bancarie, le assicurative e via discorrendo. È chiaro che la presenza di imprese turistiche si ripercuote sui depositi presso le aziende di credito, sul numero di contratti stipulati dalle assicurazioni e via di seguito, è anche questa del turismo una catena, una specie di filiera economica.

### **LO STATO DELLE INDAGINI**

Dalle statistiche ufficiali purtroppo non si ricavano molte informazioni circa l'effetto del turismo sulle economie locali, tant'è che di fronte ad una richiesta "quanto pesa il fenomeno del turismo in Valle Camonica?" bisognerà mettere in piedi l'indagine apposta, perché sfido a trovare un dato obiettivo sul valore aggiunto prodotto sulle occupazioni ad esso collegate. Per quantificare l'effetto sul reddito e sull'occupazione si devono condurre delle indagini apposite; il punto di partenza per una valutazione scientifica del fenomeno consiste nell'associare tramite indagine, ad ogni singola presenza, la spesa

effettuata in ambito locale, il turista deve essere osservato in ambito locale e per ogni turista che cade all'interno del campione, è necessario verificare qual'è la spesa che li sostiene, per la struttura ricettiva cioè per la spesa alberghiera, ma poi quella che va per l'apparato commerciale, per la ristorazione, per l'acquisto di benzina e via discorrendo, insomma si tratta di distribuire un certo numero di questionari. Lo studio sulla spesa associata alla presenza turistica, assume un particolare spessore economico se è condotta in forma disgregata per le varie tipologie di domanda; una possibile articolazione di queste tipologie consiste nel prenderne in riferimento tre principali, dopo vi spiegherò perché queste tre: la prima componente è quella che comprende le presenze nelle strutture alberghiere, presenze in hotel, dobbiamo metterle in una particolare categoria; la seconda componente è costituita dall'extra alberghiero di tipo commerciale rientrano qui le presenze nei campeggi, nei rifugi, agriturismo o ostelli e tutte le presenze turistiche derivanti dall'affitto di appartamenti e camere in forma imprenditoriale: seconda componente extra alberghiero commerciale; la terza componente comprende le seconde case, cioè le abitazioni utilizzate solamente dai proprietari. Queste tre principali componenti, dell'offerta e domanda turistica si differenziano notevolmente in relazione alla spesa generata da una presenza, varia in altre parole il reddito prodotto e l'occupazione generata a livello locale da una presenza turistica, a seconda della tipologia contemplata.

Il massimo della spesa, il massimo del reddito e il massimo della occupazione viene raggiunto quando si tratta di una presenza alberghiera mentre il valore minimo della spesa e delle componenti collegate, è invece associato alle presenze nelle seconde case. La spesa media associata ad una presenza risulta in sostanza decrescente se si passa dalla componente alberghiera a quella extra-alberghiera commerciale per arrivare alle seconde case e adesso vediamo di quanto. Sulla base di risultanze di indagini condotte nella provincia di Trento, si può affermare che il turista alloggiato spende circa tre volte tanto il turista che alloggia nella seconda casa; il turista in albergo attira comunque 40-50% in più del turista nell'extra-alberghiero. La spesa del turista denota inoltre una variabilità cospicua in relazione a qualità della struttura ricettiva che egli sceglie, ad esempio qui è rilevante la differenza tra la spesa per gli alberghi a 4 stelle rispetto agli altri, meno rilevante è la differenza della spesa per gli alberghi a 3 o 2 stelle. La maggior consistenza della spesa generata dalla presenza turistico-alberghiera, specialmente quando la struttura ricettiva ha una ricaduta occupazionale diretta sul territorio, ed ha questa ricaduta quando è piccola e familiare e non quando è grande e molto occupata; quando si fa riferimento a questa struttura alberghiera, si deve prestare particolare attenzione alle esigenze urbanistiche e un occhio di riguardo nei confronti delle esigenze nelle definizioni di interventi di valorizzazione e di promozione. Nell'ottica del reddito associato alla presenza turistica nelle seconde case, questo modo di fare turismo andrebbe disincentivato in tutti i casi in cui esistano delle reali possibilità di sviluppo alberghiero negli altri casi si dovrebbe prioritariamente finalizzare la seconda casa al recupero del patrimonio edilizio esistente e solo da ultimo si dovrebbe procedere all'espansione della dotazione di seconde case con urbanizzazione di nuove aree.

### **UNA QUESTIONE DI SCELTA**

Non c'è il turismo, ci sono tante tipologie, bisognerà scegliere quale turismo si vuole, questa è una prima classificazione, ma tante altre ce ne sono. Per quanto concerne le linee di azione idonee a stimolare un innalzamento del livello del valore aggiunto derivante dalla presenza turistica delle seconde case, si può ipotizzare una gestione semi-alberghiera delle stesse; delle volte le case ci sono le seconde case e ci si chiede cosa si possa fare per una valorizzazione della presenza delle seconde case. Sono utilizzate pochi giorni spesso non sono affatto utilizzate, si potrebbe ipotizzare una gestione semi-alberghiera per queste case, si tratterebbe di stimolare la utilizzazione del bene limitatamente ad alcuni periodi o a certi anni, garantendo ad ogni blocco di seconde case il supporto di un'offerta di servizi alberghieri, un blocco di seconde case che fanno capo ad una struttura alberghiera.

Fino al ora abbiamo implicitamente ragionato come se il sistema del turismo fosse un corpo omogeneo, il turismo in realtà è un mondo articolato e molto composito; un criterio consolidato per la classificazione del turismo è quello di separare il turismo della stagione invernale da quello della stagione estiva, questi due flussi presentano delle caratteristiche differenziali piuttosto evidenti. È il turismo invernale che da un apporto più significativo in termini di reddito, prodotto da una presenza turistica, la presenza del turista nella stagione invernale attiva in media una spesa, e di conseguenza un reddito del 30% superiore a quello estivo. Il turismo invernale ha un costo giornaliero superiore e rappresenta, con sfumature anche di tipo culturale, un particolare segmento della domanda sotto il profilo della categoria professionale e reddituale media; sono tipologie diverse, sono soggetti diversi quelli che vedete d'inverno e quelli che vedete d'estate in montagna.

### **L'ANALISI DELLA SPESA DEL TURISTA**

Fare un turismo culturale significa capire quali sono i soggetti a cui lo si vuole somministrare. Un aspetto importante del turismo concerne la distribuzione della spesa tra le diverse attività, qui si tratta di capire, posto uguale a 100 la spesa del turista, quanto va alla struttura ricettiva, quanto va al distributore, quanto va al commerciante, eventualmente distribuire il commercio in funzione di diverse tipologie per capire come cadono i benefici sulle società collegate al turismo, perché spesso si immagina il turismo come struttura ricettiva, ma il turismo non è l'albergo è ben qualcosa di più, vi ho detto che è una filiera; la disaggregazione della spesa, nel caso della Vai di Sole nella quale ho condotto io una indagine diretta, è di questo tipo: il 32% della spesa del turista va in pernottamento o in alloggio, ma è un terzo della spesa del turista che va alle strutture ricettive alberghiere, l'11,5% della spesa va in ristoranti e bar, l'11% va in generi alimentari, perché il turista delle seconde case si rifornisce nel negozio, il 9% in abbigliamento e calzature, il 6% circa in carburanti, rimane un 25% di voce residuale che comprende servizi ricreativi, prodotti di bellezza e quant' altro.

In sostanza se aggreghiamo tutta la componente del commercio vediamo, che questo è il settore dove va la quota principale della spesa del turista, mentre noi lo associamo immediatamente all'albergo, turismo uguale albergo, non è così signori; la spesa turistica non esaurisce comunque i suoi effetti nei comparti sopra elencati ma attraversa orizzontalmente altri comparti. Per ogni 100 lire spese dal turista nel caso del Trentino, c'è una produzione di 1351 lire, il turista ne spende 100 ma poi la spesa va ad attivare altri servizi, e quei servizi comperano altri servizi, c'è un sistema che viene chiamato di interdipendenza settoriale, vengono prodotte 1351 lire, di queste una parte rimane all'interno della realtà locale e una parte va fuori; se andiamo a vedere delle 100 lire prodotte spese in montagna in Valle Camonica presumibilmente ne rimangono circa 70, il turista spende 100 in Valle Camonica ma il reddito prodotto in valle non è 100 ma 70; allora se rileviamo un numero presenze e associamo un valore e moltiplichiamo per 70 e per 100 abbiamo una prima stima del reddito.

Ancora maggiormente significativo è l'effetto del turismo in termini di occupazione: il turismo infatti rappresenta un settore ad alta intensità di lavoro, è uno dei settori ad alta intensità di lavoro per ogni punto percentuale del valore aggiunto, e più precisamente il prodotto interno lordo spettante al turismo, corrisponde un rapporto di circa 1,3 punti nell'occupazione; insomma per semplificare, se il reddito del turismo pesa il 10%, l'occupazione del turismo pesa il 13%, quindi è più che proporzionale l'effetto occupazionale collegato con la spesa del turismo.

### **TURISMO RURALE E CULTURALE**

Con questo vi ho dato alcuni dati, adesso affronterei due passaggi diversi: la questione dell'integrazione settoriale, per parlarvi del turismo rurale e fare qualche accenno al turismo culturale, e poi vedere la questione dell'integrazione con la politica. Per quanto concerne l'integrazione settoriale, rilevo che quella che stiamo vivendo è nel turismo come negli altri settori la fase della qualità; oggi siamo bombardati da questo concetto, indubbiamente è la fase della qualità dal lato dell'offerta promuovere

una politica della qualità del turismo significa oggi progettare, come vi ho detto nell'introduzione, la massimizzazione del valore aggiunto prodotto da una presenza con le conseguenze che abbiamo visto e dall'altra la minimizzazione del consumo delle risorse naturali; perché ha ragione il Sindaco quando dice che c'è un turismo di rapina, c'è il turismo che non è finalizzato a produrre spesa ma è finalizzato a sottrarre risorse al territorio; è questo che dobbiamo prima di tutto porre sotto controllo se affrontiamo dal lato della qualità della domanda, ci troviamo di fronte ad un ragionamento, però meno lineare più articolato; il turista va esprimendo un modo nuovo di concepire le vacanze, meno abitudinario, non fosse altro perché gli si presentano tutte una serie di possibilità in ambito nazionale ed internazionale, ed è sicuramente anche per causa della crisi che ha colpito la economia negli ultimi anni, più orientato a razionalizzare la scelta del soggiorno sotto il profilo economico; cioè non è che spenda a piè di lista insomma, ha in mente una spesa che è in grado di sostenere per il tipo di vacanza che gli si propone. Nella allocazione delle sue disponibilità finanziarie, il turista dimostra una maggior attenzione al rapporto tra il prezzo e il livello qualitativo del servizio turistico: considera in particolare il rapporto prezzo/qualità; in un certo senso è ovvio che accada questo perché la scelta di una struttura solo a partire dalla qualità e senza un vincolo di bilancio è una cosa per pochi faraoni, stiamo parlando di sceicchi, tutti gli altri un vincolo di bilancio ce l'hanno, quindi non possono scegliere tanto più alta la qualità, tanto meglio è; il problema non è la qualità ma quanto posso spendere, allo stesso tempo la scelta ispirata esclusivamente al risparmio non è più tanto razionale perché abbiamo visto che spesso ci sono fenomeni di rincrescimento ("se non andavo lì forse era meglio") e quindi non considera solo la minimizzazione della spesa ma si pone anche un obiettivo di qualità.

## **IL RAPPORTO PREZZO .QUALITÀ**

Da questa semplice considerazione secondo me emerge un'indicazione di politica economica molto importante tarare bene il rapporto prezzo/qualità in una certa area per evitare la fuga dei turisti, ci sono fenomeni di sfiducia che vengono messi in moto allorquando, in relazione ai fenomeni momentanei, si tende a spingere sui prezzi senza tener conto del livello della qualità. Un altro aspetto della domanda turistica è che diventa più composita e articolata e perché questo, c'è un modo nuovo di andare in vacanza perché l'organizzazione del lavoro permette oggi maggiore libertà nelle scelte dei periodi di ferie, insomma non è più così importante programmare con mesi di anticipo il periodo in cui si vuole interrompere l'attività, anche perché si va soprattutto nel fine settimana.

La politica della qualità del prodotto turistico non deve essere confusa con la politica della qualità della struttura ricettiva; il prodotto turistico si compone di due addendi: il primo è quello dei fattori strumentali, i servizi offerti dalle imprese, il secondo addendo è dato dai fattori ambientali, rappresentanti da attrattive climatiche, dal paesaggio, dalla cultura del luogo e quant'altro; oggi non è più sufficiente offrire un prodotto turistico costituito da una struttura ricettiva accogliente, magari gestita da personale gentile e qualificato, il turista cerca di entrare in contatto sul territorio con la cultura della popolazione, cerca di conoscere i valori di questa popolazione, si innesta qui l'idea di lanciare immagini nuove per il turismo per far sì che vengano prodotti nuovi cicli di vita per questi prodotti e allora qui si innesta il discorso del turismo culturale, del turismo rurale, del soggiorno in azienda agricola e chi più ne ha, più ne metta.

Un fenomeno di differenziazione dell' offerta turistica che sappia valorizzare la qualità del territorio, le nuove dimensioni della domanda turistica creano delle opportunità per conciliare quantità e qualità delle presenze. È possibile perseguire un obiettivo in termini di migliore distribuzione temporale e che venga resa più equilibrata la distribuzione sul territorio.

Tutto questo, tutti questi fenomeni provocano uno scadimento progressivo della fruibilità del territorio e del paesaggio rurale alpino.

È soprattutto la crisi della zootecnia che mette in moto questo tipo di fenomeno. La minore intensità delle presenze dell'uomo sul territorio comporta inoltre un aumento del rischio idrogeologico; fatto che

chiama in causa un interesse pubblico di primaria grandezza nel caso delle aeree alpine, dal momento che la civiltà rappresenta una caratteristica saliente del territorio.

Le integrazioni tra diverse attività economiche, l'attivazione di iniziative di turismo rurale, mira a facilitare il recupero di questi fabbricati rurali che sono in abbandono o che, prevedibilmente in considerazione della crisi strisciante della zootecnia, strisciante o manifesta, andranno in abbandono in breve termine; le risorse presenti sul territorio diventano ora fonti di integrazione settoriale e le fonti di opportunità di sviluppo anche per le aree marginali.

Questa finalità è contemplata dalla nuova politica strutturale della Unione Europea, che nell'ambito della nuova politica strutturale mira alla valorizzazione delle risorse delle aree marginali con progetti pilota, come i leader, con iniziative nell'ambito del cosiddetto obiettivo "5B" ed in particolare con l'asse prioritario del turismo rurale.

Significa una serie di risorse messe a disposizione per le aree rurali per creare queste condizioni di compatibilità.

La forza del turismo offre oggi nuove possibilità di rafforzamento dei legami economici e sociali esistenti con altri settori come l'artigianato e l'agricoltura e questo rafforzamento dell'integrazione settoriale del turismo appare vitale affinché sia assicurata la continuità della presenza umana nelle aree quota e nella valli periferiche.

## **QUALI POLITICHE PER IL TURISMO**

Da ultimo vorrei all'integrazione delle politiche per il turismo; è una semplice paginetta che però ritengo sia fondamentale da un punto di vista della pianificazione. Alcuni problemi comuni alle località turistiche della montagna sono evidenti da tempo; vi ho detto che la durata media del soggiorno tende a diminuire, aumenta così il numero degli arrivi per mantenere immutato il numero delle presenze. Tende perciò a manifestarsi in modo evidente la congestione dovuta al traffico degli autoveicoli. C'è soprattutto un problema di concentrazione abnorme dei flussi automobilistici in concomitanza con le festività.

Il problema del miglioramento della viabilità, della rete dei trasporti e della utilizzazione in generale delle risorse è visto con grande attenzione dal mondo turistico e politico della montagna alpina; la riqualificazione delle modalità di accesso al territorio non sembra tuttavia un'impresa tanto facile; la scelta dell'automobile come mezzo di trasporto per raggiungere le località turistiche non trova, salvo alcune rare eccezioni, reali alternative nel caso del turismo di montagna, in quanto nel periodo invernale il soggiorno prevede che il turista porti con sé un notevole bagaglio e nel periodo estivo il turista desidera muoversi sul territorio. In sostanza una alternativa seria all'automobile per la fruibilità del territorio non l'abbiamo.

Qualche possibilità di controllo comunque esiste; specialmente nei periodi estivi si sviluppa un traffico di visitatori che nell'ottica del valore aggiunto fornisce un contributo del tutto rilevante, questo effetto, che è chiamato effetto "cavalletta", andrebbe opportunamente regolamentato per evitare un degrado della vivibilità delle presenze turistiche; nella pianificazione per il turismo andrebbero perciò contemplate delle iniziative, che le comunità locali della montagna dovrebbero assumere in piena autonomia per evitare, specie nei mesi estivi, la concentrazione di flussi di visitatori nei siti più attraenti.

C'è un beneficio economico e sociale nel contenimento dell'effetto cavalletta che si manifesta soprattutto nel mese di agosto; per ottenere questo ed altri obiettivi di riqualificazione del turismo è necessario integrare la politica economica ed urbanistica a partire dalla base comune del territorio: il metodo di analisi da adottare per dare corpo a questa proposta si chiama "stereologia" e consiste nel classificare le azioni sul territorio in tre categorie: punti, linee e poligoni, ed accertare per ognuna di queste categorie gli impatti economici ed urbanistici.

La combinazione della politica economica ed urbanistica per il turismo delle aree di montagna, dovrebbe inoltre cercare di rendere sostenibile l'effetto dello sviluppo turistico in termini di conservazione delle risorse naturali del territorio, prevedendo una misura, ritenuta ormai indispensabile che si chiama monitoraggio, delle risorse naturali, monitoraggio prima di tutto della qualità dell'acqua. Faccio una breve conclusione ed ho terminato: ritengo che occorra puntare su un turismo soprattutto alberghiero, meglio se con strutture di piccole dimensioni, meglio ancora se con una gestione dell'iniziativa da parte di imprenditori locali, e lasciare in secondo luogo la gestione del territorio alle comunità locali; abbiamo avuto una pianificazione del territorio troppo centralistica, bisognerà aumentare i margini di intervento delle comunità locali.

Ai Comuni in sostanza dovrebbe essere demandata la scelta dei criteri per regolamentare l'accesso alle risorse naturali sul territorio; mi pare che si muova in questa linea l'idea ad esempio di consentire ai Comuni di fissare criteri di utilizzazione delle strade cosiddette strade forestali. Ancora si tratta di differenziare l'offerta e quindi di puntare su un turismo culturale, che è un nuovo modo di differenziare l'offerta ma è o potrebbe essere soprattutto un modo per condizionare il turismo degli altri alle esigenze culturali della montagna.