



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

UNIVERSITA' CA' FOSCARI VENEZIA

Facoltà di Economia

Corso di Laurea magistrale in:  
Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

—  
Ca' Foscari  
Dorsoduro 3246  
30123 Venezia

Tesi di Laurea

# Le Alte Vie delle Dolomiti, un esempio di Sostenibilità Turistica in ambito montano

**Relatore**

Jan Van Der Borg

**Laureando**

Giulia Bianchi

Matricola 839558

**Anno Accademico**

2012 / 2013



## INDICE

INTRODUZIONE.....	pag. 7
1 SOSTENIBILITA' TURISTICA E SVILUPPO TERRITORIOALE.....	pag. 9
1.1 L'evoluzione del pensiero.....	pag. 9
1.2 I principi dello Sviluppo Sostenibile.....	pag. 10
1.3 Gli obiettivi dello Sviluppo Sostenibile.....	pag. 15
1.4 Sostenibilità e turismo.....	pag.16
2 LA VALUTAZIONE DELLE INTERAZIONI TRA TURISMO E AMBIENTE.....	pag. 20
2.1 Gli indicatori del turismo sostenibile.....	pag. 20
2.2 Gli impatti del turismo.....	pag. 24
2.2.1 Impatto fisico-ambientale.....	pag. 24
2.2.2 Impatto socio-culturale.....	pag. 26
2.2.3 Impatto economico.....	pag. 30
2.3 La capacità di carico.....	pag. 32
3 IL TURISMO NELLE ZONE MONTANE.....	pag. 35
3.1 La nascita e lo sviluppo del turismo alpino-montano italiano.....	pag. 35
3.2 La fragilità del territorio.....	pag. 39
3.2.1 La marginalizzazione dell'ambito montano.....	pag. 39
3.2.2 Lo sviluppo di pratiche sostenibili.....	pag. 41
3.3 Valorizzazione e promozione del territorio montano.....	pag. 45

4 LE ALTE VIE DELLE DOLOMITI.....	pag. 49
4.1 La zona dolomitica: quadro storico-geografico.....	pag. 49
4.2 Antecedenti storici: l'alpinismo.....	pag. 55
4.3 Nascita e funzione delle Alte Vie delle Dolomiti.....	pag. 57
4.4 L'impatto delle Alte Vie su ambiente e turismo.....	pag. 63
4.5 Promozione, valorizzazione e proposte per le Alte Vie.....	pag. 68
4.5.1 Come potenziare questi percorsi.....	pag. 68
4.5.2 Una nuova proposta: l'Anello Val Boite.....	pag. 72
5 INDAGINE SUL CAMPO: L'ALTA VIA N.3.....	pag. 77
5.1 La nascita e il percorso dell'Alta Via n.3 o "dei camosci" .....	pag. 77
5.2 La valutazione degli impatti sull'Alta Via n.3.....	pag. 83
5.3 Flussi turistici e presenze nei rifugi dell'Alta Via n.3.....	pag. 88
5.4 Idee e proposte per l'Alta Via "dei camosci" .....	pag. 94
CONCLUSIONE.....	pag. 97
APPENDICE.....	pag. 99
BIBLIOGRAFIA.....	pag. 103
SITOGRAFIA.....	pag. 105

## INDICE FIGURE E TABELLE

<u>Tab. 2.1:</u> Gli indicatori proposti dalla UNWTO.....	pag. 22
<u>Fig. 4.1:</u> I siti iscritti nella lista UNESCO.....	pag. 53
<u>Fig. 4.2:</u> Mercato attività outdoor Europa.....	pag. 62
<u>Fig. 4.3:</u> Divisioni tra le attività outdoor in Europa nel 2010 e nel 2012.....	pag. 63
<u>Fig. 4.4:</u> L'Anello-Alta Via Val Boite.....	pag. 74
<u>Fig. 5.1:</u> Percorso dell'Alta Via n.3.....	pag. 78
<u>Fig. 5.2:</u> Presenze registrate presso l'ufficio IAT della Pro Loco di Longarone relativo alla stagione estiva 2013.....	pag. 89
<u>Fig. 5.3:</u> Andamento presenze sull'Alta Via n.3 dal 2009 al 2013.....	pag. 89
<u>Tab. 5.1:</u> Presenze, periodo e rispetto per l'ambiente e le strutture lungo l'Alta Via n.3.....	pag. 90
<u>Fig. 5.4:</u> La Lunga Via delle Dolomiti.....	pag. 95



## INTRODUZIONE

Le Alte Vie delle Dolomiti sono degli itinerari alpini, che si sviluppano tra le più spettacolari montagne italiane, riconosciute come Patrimonio Mondiale dell'Umanità nel 2009.

Questi itinerari presentano le caratteristiche di una lunga escursione, divisibile in più tappe giornaliere, dove rifugi e bivacchi costituiscono i principali punti d'appoggio per le soste.

Nate negli anni Sessanta del Novecento, le Alte Vie sono oggi una delle principali attrazioni turistiche della zona dolomitica durante il periodo estivo.

Le Alte Vie infatti regalano la possibilità di vivere alcuni giorni a contatto con la natura e invitano gli amanti delle escursioni a lasciare il fondovalle per conoscere da vicino l'ambiente, la storia, le tradizioni, la cultura e la vita quotidiana che caratterizza questi luoghi.

Attraverso questi tracciati è possibile sviluppare una tipologia di turismo che sia rispettosa dell'ambiente, capace da un lato di soddisfare i bisogni di clienti sempre più esigenti, dall'altra di mantenere intatte le risorse e la cultura che caratterizzano i territori montani.

Grazie al livello minimo di impatti negativi che le Alte Vie possono apportare all'area in cui si sviluppano, è possibile promuovere una tipologia di turismo sostenibile a livello ecologico, sociale ed economico.

Nel presente lavoro si cercherà in un primo momento di analizzare gli antecedenti storici che hanno portato alla realizzazione delle Alte Vie delle Dolomiti, per passare poi in un secondo momento alla descrizione di questi itinerari, delle loro tappe e della funzione che questi percorsi hanno al giorno d'oggi. Si analizzeranno poi le proposte ed i possibili progetti volti ad incrementare i flussi turistici lungo questi percorsi e a migliorare l'offerta turistica, sfruttando nel miglior modo possibile le risorse che questo territorio offre.

Si passerà poi all'analisi effettuata personalmente lungo l'Alta Via n.3, dove dopo una breve descrizione del tracciato, si valuteranno gli impatti sull'ambiente naturale, sociale ed economico, relativi a quest'itinerario. Il lavoro si conclude con l'analisi dei numeri relativi alle

presenze nelle strutture ricettive, che si incontrano lungo il percorso ed un elenco delle possibili proposte volte ad aumentare i flussi turistici lungo questo tracciato.

La scelta è ricaduta sull'Alta Via n.3 non solo poiché considerata una delle più difficili da percorrere a livello escursionistico, e meno conosciuta a livello turistico, rispetto alle sue antecedenti; ma anche e soprattutto poiché si tratta dell'itinerario che si snoda tra le montagne in cui vivo.

## **1. SOSTENIBILITA' TURISTICA E SVILUPPO TERRITORIALE**

Ogni località di interesse naturale, storico, culturale da tempo aspira ad un obiettivo, quello di portare avanti un insieme di buone pratiche, che promuovano allo stesso tempo lo sviluppo economico e la sostenibilità ambientale.

Il rispetto dell'ambiente, infatti è una delle cose fondamentali e di cui si deve tener conto quando si parla di crescita e di produzione. Come ben si sa, frenare lo sviluppo è impossibile ma si può cercare di monitorarlo, promuovendo delle strategie, volte alla tutela dell'ambiente e alla protezione delle risorse presenti nel territorio.

Ciò che si cerca di introdurre quindi nelle normative nazionali e internazionali è il concetto di uno sviluppo che sia costantemente monitorato per evitare di deturpare l'ambiente: uno Sviluppo Sostenibile. Ma vediamo come si è giunti a introdurre questo paradigma.

### **1.1 L'evoluzione di pensiero**

Uno dei temi principali, che da lungo tempo caratterizzano i rapporti tra economisti e ambientalisti, è legato al problema del limite delle risorse naturali, visto come vincolo alla crescita della produzione e dei consumi.

Le diverse teorie relative al rapporto uomo-ambiente, caratterizzarono i dibattiti tra economisti già a partire dal XVIII secolo e subirono notevoli cambiamenti nel corso degli anni, fino ad arrivare alle più recenti correnti sostenitrici dell'economia ecologica.

Le visioni degli economisti classici furono piuttosto ottimistiche. Essi vedevano la natura come un elemento fondamentale, considerandola fonte di risorse illimitate e sempre disponibili. Pensatori come Adam Smith, sostenevano che i cambiamenti avvenuti in quegli anni in campo socio-economico, scientifico e tecnologico fossero dovuti alle innumerevoli risorse presenti in natura e al flusso continuo di materie prime provenienti dalle colonie d'oltreoceano (Cencini, 2003).

In un secondo momento i marxisti<sup>1</sup> introdussero delle visioni più pessimistiche, cominciando a scorgere dei limiti nelle risorse naturali, limiti che andavano ad intaccare la crescita economica a lungo termine.

---

<sup>1</sup> Pensatori come Thomas Malthus (1798) il primo che introduce i limiti della crescita economica, dovuti a vincoli ambientali; e come David Ricardo (1815), il quale sosteneva che l'attività economica fosse limitata dalla

Ma fu il pensiero neoclassico a costituire, fino ai giorni nostri il paradigma economico dominante. Gli economisti di questo periodo concentravano la propria attenzione sull'ottimizzazione dell'utilità vista come indice di garanzia e funzionamento sociale.

Da questo punto di vista, lo sviluppo era considerato come un processo di modernizzazione industriale e tecnologica, che causava un graduale asservimento della natura all'uomo.

I neoclassici infatti, pur consapevoli dei limiti delle risorse, prestarono ben poca attenzione all'ambiente naturale<sup>2</sup>.

Nel corso degli anni Sessanta, i problemi ambientali causati dall'industrializzazione e dalla crescita economica si fecero più vistosi. Gli effetti dei danni ambientali diedero vita a "movimenti Verdi" e "Movimenti Ambientalisti", che si mossero in difesa e a tutela della natura. L'idea che la Terra fosse incapace di soddisfare i bisogni di un'umanità in continua crescita, iniziava a prendere piede.

Nel 1972 il Club di Roma<sup>3</sup> propose un rapporto sui "*Limiti dello sviluppo*"<sup>4</sup>, che suggeriva un'attenta analisi, per valutare fino a che livello il nostro pianeta fosse in grado di sopportare la crescita della popolazione umana, essendo comunque in grado di mantenere intatta la qualità ambientale. Si cercò quindi di fissare dei livelli di inquinamento ottimali e sopportabili dalla Terra, con lo scopo di perseguire l'obiettivo della qualità ambientale, cercando di evitare il collasso ecologico, economico e demografico del sistema mondo (Casari, 2008).

## **1.2 I principi dello Sviluppo Sostenibile**

Il rapporto tra uomo e ambiente, venne quindi posto al centro dell'attenzione nel corso del XX secolo.

Uno degli obiettivi principali di questo periodo fu infatti quello di promuovere uno sviluppo, che permettesse di conciliare la crescita economica con la conservazione dell'ambiente, cercando così di adattare i processi economici agli equilibri ambientali.

---

scarsità delle risorse, in quanto i costi tendono ad aumentare man mano che le risorse si esauriscono, costringendo quindi i produttori ad utilizzare materie prime di qualità inferiore.

<sup>2</sup> La natura veniva vista da questi economisti come qualcosa senza importanza ed "esterno" al processo di produzione finché non gli si assegna un prezzo.

Pigou (1920) fu il primo a introdurre l'impatto dell'inquinamento sul funzionamento dell'economia e le cosiddette Esternalità negative.

<sup>3</sup> Gli autori del rapporto, (Meadows et al., 1972) svilupparono un modello globale del "Sistema Terra", analizzando i limiti del funzionamento del mercato rispetto alle questioni ambientali e proposero dei modelli di intervento.

<sup>4</sup> Il rapporto venne promosso dal Club di Roma e realizzato dal MIT di Boston.

Il paradigma di Sviluppo Sostenibile nacque in seguito ad una serie di discussioni e dibattiti scientifici sul concetto di crescita assimilato a quello di sviluppo.

Durante le numerose conferenze organizzate dall'ONU, relative ai problemi dell'ambiente, si è cercato di mettere in risalto la differenza tra questi due concetti, utilizzati troppo spesso come sinonimi. Mentre la crescita è riferita a un incremento numerico, che tende ad ingrandire o ad allargare qualcosa, lo sviluppo si riferisce ad un cambiamento di stato, inteso a raggiungere un livello migliore e più soddisfacente di una determinata cosa. In questo senso il primo concetto è riferito ad una mera crescita economica del PIL a livello quantitativo; il secondo concetto è riferito ad una crescita qualitativa dello stile di vita<sup>5</sup>.

La prima conferenza che mise in evidenza questa differenza, fu quella di Stoccolma (*"L'uomo e il suo ambiente"*, 1972). In questa occasione venne per la prima volta introdotto il concetto di sviluppo, visto come miglioramento della vita umana, entro i limiti della capacità di carico degli ecosistemi<sup>6</sup>.

Il concetto di Sviluppo Sostenibile venne introdotto per la prima volta nel *Rapporto Brundtland* del 1987<sup>7</sup>, elaborato dalla commissione mondiale delle Nazioni Unite. In questa pubblicazione venne stilata la prima definizione condivisa di questo paradigma, tutt'oggi dominante:

*"Uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente, senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri"* (Casari, 2008, p.164).

Questa definizione mette immediatamente in chiaro uno dei principi chiave di questa nuova tipologia di sviluppo: tenere in considerazione il futuro. Una delle maggiori cause della distruzione ambientale e dell'estinzione delle risorse è infatti dovuta alla continua crescita della popolazione mondiale, che richiede un numero sempre più elevato di risorse per

---

<sup>5</sup> Nell'economia Neoclassica il concetto di sviluppo era inteso come crescita connessa alla continua disposizione dei beni materiali. In quest'ottica quindi si teneva conto solamente della sfera economica come fonte di benessere. Con il nuovo paradigma il miglioramento della qualità della vita tiene in considerazione anche la sfera sociale ed ambientale.

<sup>6</sup> Durante la conferenza di Stoccolma venne inoltre introdotto il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente, incaricato di evidenziare i problemi e di suggerire delle possibili soluzioni per avviare pratiche economiche adattabili all'ambiente.

<sup>7</sup> Dal nome dell'ex primo ministro norvegese che presiedeva la commissione, Gro Harlem Brundtland. Il documento nel quale compare la definizione era intitolato "Our Common Future".

sopravvivere. In questo contesto, gli individui combattono ogni giorno per cercare di soddisfare i loro bisogni, e le nazioni lottano per sostenere la loro popolazione.

Lo sviluppo economico degli anni 50 fu molto rapido e migliorò notevolmente lo stile di vita di molte persone; ma questo sviluppo così marcato, non tenne in considerazione l'ambiente e le sue capacità. Le risorse del territorio non vennero sfruttate nella maniera adeguata, cosicché molte di quelle non rinnovabili si esaurirono e l'ecosistema nel suo insieme riportò dei danni, che ancora oggi sono difficili da recuperare.

Per evitare di ripetere questi errori ed evitare dei danni irreparabili, la richiesta di risorse da parte della popolazione attuale dev'essere adeguatamente e costantemente monitorata, in modo da non compromettere la possibilità di utilizzo delle medesime risorse da parte delle generazioni di domani. Ecco quindi che lo Sviluppo Sostenibile viene considerato come un modello in continuo mutamento, nel quale lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e istituzionale sono resi coerenti con il futuro così come con il presente (Holden, 2008).

Nel Rapporto Brundtland vennero inoltre individuati alcuni fondamentali presupposti per la realizzazione del concetto sopra enunciato:

1. Ridurre la dipendenza dai combustibili fossili, responsabili di inquinamento;
2. Limitare l'esplosione demografica del Terzo Mondo, che rischia di diventare incompatibile con le capacità produttive dell'ecosistema;
3. Creare un quadro istituzionale che guidi la politica economica, tecnologica ed ecologica verso uno sviluppo sostenibile (Cencini, 2003).

Il concetto di Sviluppo Sostenibile venne riconosciuto a livello mondiale, nella *Conferenza di Rio de Janeiro* del 1992, il primo "*Summit della Terra*". In questa sede venne approvata l'*Agenda 21*<sup>8</sup> contenente le direttive per promuovere questa strategia d'azione a livello globale.

---

<sup>8</sup> Il numero si riferisce al XXI secolo. I temi principali riguardano le emergenze climatico-ambientali e socio-economiche. Durante la conferenza di Rio ogni paese si è impegnato a redigere la propria Agenda 21 nazionale e successivamente in alcuni di questi vennero elaborate anche Agende 21 regionali e locali. I principi introdotti dall'Agenda 21 vennero in seguito applicati anche all'ambito dell'industria turistica, con l'*Agenda 21 per viaggio*

In questa occasione vennero elaborati anche alcuni documenti riguardanti clima, biodiversità e foreste. Di questi solamente la Conferenza sul clima è poi stata realizzata, dando luogo al *Protocollo di Kyoto (1997)*<sup>9</sup>, un documento finalizzato al controllo delle emissioni di anidride carbonica e incaricato di contrastare l'effetto serra.

Per garantire il funzionamento dei processi e assicurare il raggiungimento degli obiettivi relativi ad uno sviluppo sostenibile, si cercò a questo punto di coinvolgere anche i principali stakeholders, ossia i cittadini. La partecipazione di questi ultimi era già prevista nel Rapporto Brundtland, poiché ritenuta fondamentale nel quadro dello Sviluppo Sostenibile. Ma solamente con la *Conferenza di Aarhus (1998)*, si stabilì l'obbligo d'accesso alle informazioni e la partecipazione da parte dei cittadini in ogni decisione pubblica riguardante l'ambiente.

I vari incontri relativi alla sfera economico-sociale ed ambientale culminarono nel 2002 con il *Piano per lo sviluppo sostenibile di Johannesburg*<sup>10</sup>. In questa sede vennero ribaditi gli obiettivi dello Sviluppo Sostenibile relativi alla povertà, promossi durante Conferenza di Rio e vennero inoltre proposte delle attività in grado di liberalizzare i mercati agricoli mondiali, a vantaggio dei PVS (Tinacci Mosello, 2008).

A differenza del Vertice di Rio, quello di Johannesburg non si concluse con grandi dichiarazioni e importanti trattati. I partecipanti hanno infatti preferito puntare su una serie di azioni concrete; fra queste, l'obiettivo di ridurre in maniera significativa la perdita di biodiversità.

Trascorsi dieci anni dalla conferenza di Rio, le cose non sembravano essere cambiate molto. Per questo nel 2012 l'Organizzazione delle Nazioni Unite organizzò un'altra conferenza, denominata *Rio+20*<sup>11</sup>. Durante questo incontro vennero introdotti dei nuovi obiettivi da raggiungere per tutelare gli equilibri del Pianeta.

---

*e turismo*. Questa pubblicazione descrive il ruolo dell'industria turistica per conseguire la sostenibilità a livello globale grazie alla collaborazione tra stakeholders nel settore pubblico e privato.

<sup>9</sup>La convenzione sulla biodiversità, non è stata firmata dagli USA, che si sono opposti. La convenzione sulle foreste è stata contrastata dai paesi forestali intertropicali. Il Protocollo di Kyoto entrò in vigore solamente nel 2005.

<sup>10</sup> Secondo Summit Mondiale delle Nazioni Unite, chiamato anche Vertice di Johannesburg è un macroaccordo che allarga Rio.

<sup>11</sup> La denominazione è dovuta al fatto che la conferenza si tenne a 20 anni di distanza dal Vertice di Rio de Janeiro del 1992.

Due furono i temi su cui si concentrarono i governi partecipanti a questa conferenza:

- una Green Economy (basata sullo Sviluppo Sostenibile e sulla lotta alla povertà) intesa come transizione verso un'economia verde, che non sia solo un miglioramento ambientale, ma un nuovo paradigma in grado di alleviare minacce globali, come il cambiamento climatico, la perdita di biodiversità, la desertificazione, l'esaurimento delle risorse naturali; e al tempo stesso promozione di uno sviluppo sociale ed economico;
- un quadro istituzionale riferito al sistema di governance globale per lo Sviluppo Sostenibile, costituito da istituzioni incaricate di sviluppare, monitorare e attuare le politiche di Sviluppo Sostenibile attraverso i suoi tre pilastri: sociale, ambientale ed economico.

Dopo tre incontri svoltisi tra il 2010 e il 2012, la Conferenza Rio+20 si è conclusa con la pubblicazione di un documento, intitolato "*The Future We Want*", che avvia numerosi processi internazionali e nazionali su temi considerati fondamentali per il futuro del Pianeta. Le diverse strategie proposte a Rio rappresentano l'inizio di un nuovo percorso, che vede al centro la definizione degli obiettivi universali di Sviluppo Sostenibile, e i mezzi per garantirne l'attuazione (dagli aiuti economici, al miglioramento dei modelli di governance attuali).

Dopo un'attenta analisi possiamo affermare quindi, che l'evoluzione di pensiero che ha portato alla definizione del paradigma di Sviluppo Sostenibile, può essere paragonata ad una rivoluzione, che ha condizionato lo stile di vita a cui l'uomo era da sempre abituato.

Durante questi continui incontri infatti, le attività umane vennero pian piano riorganizzate al fine di renderle compatibili con l'ecosistema e cercando di eliminare così i danni ambientali.

La realizzazione del concetto di Sviluppo Sostenibile era ed è tutt'oggi una sfida, che impone dei radicali cambiamenti nel modo di produrre e di consumare, ma è in grado di proporre dei valori e degli obiettivi nuovi e rispettosi dell'ambiente da parte della società.

### **1.3 Gli obiettivi dello Sviluppo Sostenibile**

Dalle varie conferenze relative al rapporto uomo-ambiente è sorta, come abbiamo visto, la consapevolezza della differenza tra crescita quantitativa e sviluppo qualitativo.

Per evidenziare ulteriormente questa differenza, vennero introdotti tre obiettivi fondamentali per portare avanti uno sviluppo di tipo sostenibile.

Il primo obiettivo riguarda la salvaguardia dell'ecosistema e la tutela delle diversità biologiche, che caratterizzano un ambiente. La crescita economica e lo sviluppo comportano ovviamente dei cambiamenti al territorio e al suo ecosistema. Solamente attraverso un corretto utilizzo di risorse rinnovabili, che devono essere consumate tenendo conto del tempo occorrente all'ecosistema per reintegrarle; e controllando la capacità di assorbimento delle sostanze nocive da parte dell'ambiente, è possibile mantenere inalterato l'ecosistema ed evitare un collasso planetario.

Il secondo obiettivo è l'efficienza economica, che introduce due concetti che non erano mai stati presi in considerazione dall'economia classica: l'ambiente e l'etica.

Questa nuova teoria si basa sull'idea che l'efficienza di un sistema è maggiore quando maggiore è l'utilizzo delle risorse rinnovabili su quelle non rinnovabili (Casari, 2008). Sostituendo le risorse non riproducibili dall'ambiente con altre riproducibili, l'ecosistema è così in grado di rinnovarsi e di sopravvivere ai continui cambiamenti inferti dall'uomo.

Il terzo obiettivo è quello dell'equità sia intergenerazionale sia intragenerazionale. Questo principio si riferisce alla necessità di ridurre o eliminare le differenze nella distribuzione della ricchezza. Ciò è possibile nel momento in cui il reddito verrà equamente suddiviso tra tutti i popoli della Terra, tenendo conto che la massimizzazione del benessere della presente generazione non dovrà intaccare le opportunità delle generazioni future di realizzare il proprio. Attraverso un attento uso delle risorse, monitorando l'economia del luogo e mantenendo usi e tradizioni culturali tipiche di un territorio, sarà possibile permettere alla popolazione di domani di vivere, utilizzando e disponendo degli stessi mezzi.

Solamente cercando di bilanciare questi tre obiettivi gli Stati saranno in grado di promuovere e portare avanti quello che oggi viene definito Sviluppo Sostenibile.

#### 1.4 Sostenibilità e turismo

Abbiamo fin ora parlato di Sviluppo Sostenibile, vediamo ora come questo concetto si sia esteso nell'ambito turistico.

Fin dall'inizio l'Organizzazione Mondiale per il Turismo (WTO<sup>12</sup>) ha partecipato alle conferenze relative all'ambiente e allo Sviluppo Sostenibile. Dopo aver accuratamente studiato che cosa si intendesse con questo concetto, si è cercato di introdurlo come base per promuovere una nuova tipologia di turismo. Ciò fu reso possibile aumentando la consapevolezza delle destinazioni turistiche dell'importanza delle risorse presenti nel territorio; risorse che devono essere conservate e tutelate in ogni momento, per garantire la qualità dei luoghi che esse caratterizzano.

La prima Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile si svolse nel 1995 nelle isole Canarie. In questa sede venne prodotto un documento (*Carta di Lanzarote*) interamente dedicato a stabilire le regole e i principi di questa nuova tipologia di turismo.

Il primo principio enuncia:

*“Lo sviluppo turistico si deve basare sui criteri della sostenibilità, cioè deve essere ecologicamente supportabile a lungo termine, conveniente economicamente, eticamente e socialmente equo per le comunità locali.” (Romei, 2008, p.7)*

Da questa definizione si può notare che, come lo Sviluppo Sostenibile, anche il turismo sostenibile si basa su tre dimensioni spesso interconnesse tra loro: quella ambientale, quella economica e quella sociale.

La dimensione ambientale, si riferisce al mantenimento della diversità biologica e ad un corretto utilizzo delle risorse naturali presenti in un territorio. Ciò è reso possibile attraverso la minimizzazione dei danni ambientali, che spesso fanno seguito allo sviluppo dell'attività turistica<sup>13</sup>; e alla protezione delle risorse della destinazione, cuore di questa attività.

---

<sup>12</sup> La WTO (OMT, Organizzazione Mondiale del Turismo in italiano) prese il posto della vecchia Iuotp (Unione internazionale delle organizzazioni ufficiali per la propaganda turistica) nel 1970, con sede a Madrid. Nel 2003 la OMT venne trasformata in UNWTO.

<sup>13</sup> Vedi impatti del turismo Capitolo 2.

La dimensione economica, pone invece l'attenzione agli aspetti economici positivi e negativi apportati dallo sviluppo dell'attività turistica in una determinata località.

La dimensione sociale infine, è riferita al rapporto che si va a creare tra visitatori e popolazione locale, e a tutti gli impatti sociali e culturali che essa comporta.

Il fenomeno turistico da un lato può essere visto come uno strumento di sviluppo economico per l'area interessata e occasione di arricchimento personale da parte dei turisti; dall'altra può essere causa di degrado ambientale e culturale. Senza un'adeguata gestione delle attività che ruotano attorno a questo fenomeno, si crea il rischio di deteriorare le risorse utilizzate, fino a farlo diventare un'attività insostenibile nel lungo termine.

Un ruolo fondamentale nella definizione di turismo sostenibile ebbe fin da subito il concetto dell'equità intra-generazionale, già citata nel Rapporto Brundtland e strettamente legata al concetto di sviluppo nel lungo periodo.

La maggior parte delle risorse di cui dispone una destinazione turistica rientrano in quelle conosciute come: beni comuni. In questa categoria di beni rientrano quelle risorse che sono disponibili per tutti ma di cui nessuno è in possesso, come le foreste e gli oceani, risorse culturali come canzoni, balli popolari, usi e tradizioni in generale (Biederman, 2008). Rendendo usufruibili e accessibili a tutti queste risorse attraverso l'attività turistica, diventa difficile proteggerle e molto facile esaurirle, a causa dell'ignoranza di un corretto uso delle stesse da parte degli individui. Una destinazione turistica deve quindi avere la capacità di continuare ad attrarre turisti, ma allo stesso tempo deve saper salvaguardare il proprio ambiente naturale e culturale, informando i turisti e la popolazione locale delle buone pratiche da mantenere per evitare danni irreparabili.

La relazione tra turismo e ambiente secondo la definizione sopracitata, dev'essere quindi gestita in maniera sostenibile nel lungo periodo, in modo da permettere alle generazioni di domani di usufruire delle stesse risorse di cui usufruiamo noi oggi, per soddisfare i nostri bisogni.

Nella definizione di turismo sostenibile si possono includere quindi:

*“Tutte quelle modalità di sviluppo turistico che, tramite la conservazione e la tutela delle risorse naturali e culturali, rispettino l’integrità dell’ecosistema in un’ottica di lungo periodo, siano socialmente eque ed economicamente efficienti”*(Romei, 2008, p.9)

Per sviluppare nella maniera corretta un turismo che rispetti questi principi, occorre inoltre promuovere un’attenta partecipazione da parte di tutti gli attori coinvolti nel processo. Sono loro infatti che possono salvaguardare la loro identità e quella del loro territorio, attraverso la solidarietà e la cooperazione. Il turismo sostenibile viene quindi riconosciuto come un fattore positivo sia per la popolazione locale, sia per i visitatori e viene visto come un’attività in grado di migliorare l’ambiente e l’economia dei sistemi territoriali locali dove si sviluppa.

Come abbiamo accennato precedentemente, documenti che promuovessero a livello globale lo Sviluppo Sostenibile come l’Agenda 21, vennero introdotte anche in campo turistico. L’applicazione di Agende 21 Locali venne promossa poiché in grado di fornire delle pratiche corrette, che garantissero il raggiungimento degli obiettivi desiderati da parte di una destinazione, sempre rispettando i principi di sostenibilità.

I programmi turistici dell’Agenda 21 Locale si sono sviluppati in molte destinazioni con caratteristiche differenti. Le ragioni per cui le destinazioni decisero di adottare questi documenti sono molte:

1. Per raggiungere un obiettivo che mantenga la qualità ambientale, naturale, culturale e sociale percepite dalla popolazione e dalle autorità locali come elementi cruciali del proprio prodotto turistico;
2. Per estinguere i problemi relativi al utilizzo non sostenibile delle risorse;
3. Per bilanciare i bisogni dei turisti e dei residenti;
4. Per promuovere la sostenibilità come punto di forza della propria offerta turistica (Biederman, 2008).

Le diverse località cercano quindi di migliorare la sostenibilità del turismo attraverso degli interventi riferiti al consumo, alla produzione, all’atteggiamento del turista e all’aspetto governativo, realizzando delle strategie volte per esempio a combattere la lotta alla

stagionalità, a migliorare la rete dei trasporti a fini turistici, a diffondere informazioni per un adeguato comportamento da mantenere durante la fruizione turistica.

Nel 2001 a Rimini si tenne la seconda Conferenza internazionale sul turismo sostenibile. In questa occasione venne approvata la *Carta di Rimini*, rivolta alle aree mediterranee che avevano avuto delle forti ripercussioni in seguito allo sviluppo turistico.

Ciò che si proponeva in questa Carta erano dei semplici ma fondamentali obiettivi da raggiungere, per migliorare le condizioni di queste zone e di tutte quelle che avessero presentato problematiche simili. Portando avanti la pianificazione integrata, lo sviluppo di attività per combattere la stagionalità, il monitoraggio continuo delle attività, la promozione della certificazione ambientale, queste zone avrebbero potuto combattere i danni arrecati dal turismo.

Anche durante la Conferenza sullo sviluppo di Johannesburg (2002), si parlò di turismo sostenibile. Quest'ultimo venne presentato come un mezzo per sfruttare al meglio le risorse presenti nel territorio, aumentando i vantaggi per la popolazione ospitante e mantenendo allo stesso tempo l'integrità culturale ed ambientale. Ed è su questa logica di sostenibilità che le destinazioni turistiche fanno tutt'oggi leva per rafforzare la propria competitività rispetto ai concorrenti.

I documenti e le conferenze degli anni Novanta e 2000 maturarono quindi una nuova idea di turismo, non più visto come un'aggiunta ad altre attività produttive, bensì come un driver dello sviluppo locale, nazionale ed internazionale. Esso, come ben si sa, è un'attività dinamica, mutevole, sensibile e strettamente legata al binomio territorio-ambiente. Il turismo prospera sulle qualità del territorio e sulle sue risorse. Uno sviluppo senza controllo e senza regole distruggerebbe gli ecosistemi, le culture e le basi sociali delle comunità su cui si abbatte. La sfida che devono affrontare tutti coloro che operano in questo settore è quella dell'innovazione culturale e professionale, cercando di creare piani di intervento integrati e strumenti adeguati per la gestione di queste attività.

## **2. LA VALUTAZIONE DELLE INTERAZIONI TRA TURISMO E AMBIENTE**

### **2.1 Gli indicatori del turismo sostenibile**

Il prodotto turistico è costituito da un insieme di elementi, che combinati tra loro nella maniera adeguata, producono valore per il turista, rispondendo ai suoi bisogni e garantendogli dei benefici. Il prodotto turistico è caratterizzato da due componenti, i beni privati e i beni pubblici. Con beni privati si intendono quei beni che sono proprietà di uno o più soggetti; i beni pubblici invece, comprendono tutti quegli elementi che definiscono l'attrattività in generale di un prodotto turistico, come il patrimonio naturale, artistico e culturale. I beni pubblici si differenziano da quelli privati per la non rivalità nel consumo (cioè la possibilità che uno stesso bene venga impiegato da diversi consumatori) e la non escludibilità (cioè l'impossibilità di escludere altri soggetti dalla fruizione di un dato bene). Per questi due principi e per la caratteristica di non avere un prezzo, i beni e servizi pubblici tendono ad essere utilizzati in modo non ottimale, generando così delle esternalità (Holden, 2008).

Le esternalità possono essere definite come gli effetti (vantaggiosi o svantaggiosi) provocati sull'attività di produzione o consumo di un individuo, dall'attività di produzione e consumo di un altro individuo, che non danno luogo a nessuna transazione monetaria tra i due.

Ogniquale volta la produzione di un bene determina dei danni a carico di uno o più soggetti, senza che questi ultimi vengano rimborsati del danno subito, si avrà un'esternalità negativa. Qualora un'attività produttiva comporti dei benefici a vantaggio di altre attività produttive o di altri soggetti senza che il produttore venga rimborsato, si avranno delle esternalità positive.

In ambito turistico è importante considerare sia le esternalità positive, sia le esternalità negative.

Per studiare e monitorare le ripercussioni che l'attività turistica provoca sull'ambiente naturale, socioculturale ed economico in cui si sviluppa, bisogna innanzitutto costituire un sistema di indicatori, in grado di fornire una rappresentazione sintetica della realtà ambientale, attraverso dei valori o dei parametri.

La funzione degli indicatori è quella di quantificare l'informazione tratta dal valore, rendendola più comprensibile e semplificando le informazioni relative a fenomeni complessi,

facilitandone il confronto e la comunicazione. Affinchè l'indicatore abbia un significato, dev'essere inserito in un dato contesto ed essere strettamente legato al tipo di utilizzatore, ovvero al soggetto a cui è diretto l'indicatore (Roditti, 2008).

La prima cosa da valutare per la costituzione di una lista di indicatori è capire che cosa va misurato. Gli indicatori normalmente riguardano le risorse naturali e lo sviluppo della destinazione (sempre collegate ai valori economici, culturali e sociali di quest'ultima). La creazione e l'utilizzo degli indicatori è fondamentale per pianificare, gestire e promuovere un turismo sostenibile, in grado di ridurre i rischi futuri legati alle esternalità che quest'attività può provocare.

I valori misurati dagli indicatori infatti, consentono: di attuare delle strategie di prevenzione e di attenuazione degli effetti nelle aree dove si è sviluppata l'attività turistica; di indicare i confini e le opportunità strategiche di uno sviluppo sostenibile di questa attività; e di costituire un processo decisionale basato su dati certi e affidabili.

Attraverso la definizione e l'utilizzo di questi indici, una destinazione può godere di diversi benefici, come ad esempio:

- Migliori decisioni strategiche, meno costose e meno rischiose;
- Identificazione e prevenzione delle emergenze;
- Attuazione delle azioni strategiche volte a ridurre gli impatti dell'attività turistica;
- Misurazione dell'implementazione delle attività svolte a favore di un turismo sostenibile;
- Identificazione dei limiti e delle opportunità, evitando possibili errori;
- Fornitura di informazioni credibili al pubblico e agli stakeholders;
- Monitoraggio continuo delle attività (WTO, 2004).

I dibattiti sulla definizione dell'efficacia e sulla praticabilità degli indicatori iniziarono nei primi anni Novanta. Nel 1996 la WTO pubblicò un primo documento<sup>14</sup>, che oltre a fornire i risultati di studi riguardanti quest'ambito e fornire assistenza ai managers nelle attività di miglioramento della sostenibilità, identificava un set di indicatori specifici per diverse

---

<sup>14</sup> Il titolo del documento è "What Tourism Managers Need to Know a Practical Guide to The Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism".

destinazioni. Questi indicatori vennero testati ed adottati in diverse regioni del mondo come: Ungheria, Messico, Argentina, Sri Lanka, Croazia e Cipro.

I numerosi incontri e pubblicazioni che seguirono fino ai primi anni Duemila rivelarono l'evoluzione delle tecniche di monitoraggio e pratiche di selezione e di utilizzo di questi indicatori.

Nel 2004 venne pubblicato il documento: *“Signpost for the Sustainable Tourism: a Guidebook for the Development and Use of Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations”*.

All'interno di questo documento vennero definiti degli **indicatori standard**, basati su dati facili da rilevare e accessibili per tutti i soggetti interessati. Attraverso questi indici, che possono essere utilizzati in qualsiasi tipo di destinazione turistica, si possono quindi monitorare gli elementi chiave dell'interrelazione tra uomo e ambiente. Per facilitare le analisi, gli indicatori standard si suddividono in due categorie: quelli semplici e quelli complessi.

Secondo questa distinzione, possiamo quindi suddividere gli indicatori e le loro rispettive misurazioni specifiche, come indicato nella seguente tabella:

**Tab. 2.1** : Gli indicatori proposti dalla UNWTO.

<b>Indicatori semplici</b>	<b>Misure specifiche</b>
Protezione del sito	Categoria di protezione nazionale/internaz. del sito
Pressione turistica – Stress	Numero visitatori per anno, stagionalità
Intensità d'uso	Turisti per ettaro
Impatto sociale	Rapporto visitatori / residenti
Monitoraggio dello sviluppo	Esistenza di controlli formali sullo sviluppo (attività, land use, infrastrutture, ecc.)
Trattamento dei rifiuti	% scarichi sottoposti a trattamento, limiti strutturali alla capacità delle infrastrutture
Pianificazione	Esistenza di piani, tipi di piani, per la gestione dei flussi

Consumer satisfaction	Questionario turisti
Local satisfaction	Questionario residenti
Contributo turismo all'economia locale	Proporzione attività economica complessiva generata dal turismo
<b>Indicatori complessi</b>	<b>Misure specifiche</b>
Carrying Capacity	Misura di emergenza per i fattori chiave nel determinare la capacità di un sito a sopportare diversi livelli di turismo
Pressione sul sito	Misura composta dei livelli di impatto su di un sito o sui ambiti culturali e naturali dovuti al turismo e allo stress accumulato negli altri settori
Attrattività	Misura qualitativa degli attributi di un sito che lo rendono attrattivo per il turismo e che possono cambiare nel tempo

Fonte: WTO (2004) *"Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, a Guidebook"*, World Tourism Organisation.

Gli indicatori promossi dalla UNWTO hanno avuto rilevanza anche all'interno dell'Unione Europea, dove dopo aver attentamente valutato e considerato i benefici della costituzione di questi ultimi, sono state predisposte quattro categorie di indicatori del turismo sostenibile: ambientale, sociale, economico ed istituzionale.

All'interno di ognuna di queste macroaree vanno inseriti una serie di indicatori più specifici, cosicché per raggiungere la sostenibilità ambientale bisognerà misurare: la mobilità turistica, la capacità di carico, il consumo energetico, il consumo delle risorse idriche e lo smaltimento dei rifiuti. Per raggiungere la sostenibilità sociale bisognerà misurare: il tasso di funzione turistica della domanda, la percentuale di superficie territoriale di proprietà dei non residenti rispetto ai residenti, le condizioni di lavoro degli addetti al turismo, la percentuale di lavoratori non residenti rispetto al numero totale dei lavoratori impiegati nel turismo, suddiviso per stagionalità. Per raggiungere la sostenibilità economica bisognerà valutare: la percentuale del PIL prodotto dal turismo, l'andamento mensile dei pernottamenti, il tasso di

funzione turistica<sup>15</sup> e la permanenza media. Infine per raggiungere la sostenibilità istituzionale bisognerà verificare che esista un documento di pianificazione strategica basato sulla sostenibilità e verificare l'esistenza di un inventario di siti di interesse naturalistico-culturale (Casari, 2008).

Dopo aver definito i principali indicatori del turismo, passiamo ora all'analisi degli impatti che quest'attività produce all'interno dell'area dove si sviluppa.

## **2.2 Gli impatti del turismo**

Come abbiamo visto nel paragrafo precedente, l'attività turistica genera degli impatti positivi o negativi nel luogo in cui si sviluppa. Questi impatti possono essere di diversa natura: fisico-ambientali, socio-culturali ed economici.

### **2.2.1 Impatto fisico-ambientale**

Per impatto fisico-ambientale si intende l'usura dell'ambiente naturale, o dell'ambiente storico-artistico, a causa della compresenza di un numero elevato di visitatori.

Ogni forma di sviluppo industriale è accompagnata da effetti sull'ambiente fisico, e dato che nel turismo i viaggiatori devono consumare il prodotto nella destinazione, è inevitabile che la loro attività provochi un impatto ambientale.

Poiché l'ambiente è l'elemento principale del prodotto turistico, esso viene cambiato o modificato sia per promuovere il turismo sia durante il processo turistico. La relazione che si va a creare tra ambiente e turismo è perciò molto complessa; poiché da un lato il turismo, per attrarre flussi turistici, dipende dall'ambiente; dall'altra l'attività turistica può intaccare e danneggiare l'ambiente in modo più o meno grave e permanente.

Il turismo può quindi avere degli effetti positivi, contribuendo alla protezione e alla conservazione del patrimonio naturale, valorizzando le risorse e i fattori di attrattiva di una determinata località; o negativi, danneggiando le risorse del territorio in cui si sviluppa.

Per studiare l'impatto che il turismo ha dal punto di vista ambientale bisogna tenere in considerazione: gli effetti fisici che può causare sulle altre attività, le condizioni della destinazione prima che si svolgesse l'attività turistica (per poter fare poi dei confronti),

---

<sup>15</sup> Numero dei posti letto per residente.

costituire un inventario della flora e della fauna che caratterizzano la località, e infine tener conto di quali sono gli effetti diretti e indiretti causati dal turismo.

E' impossibile sviluppare un turismo senza generare effetti sull'ambiente, ma è possibile gestire lo sviluppo dell'attività turistica in modo da ridurre al minimo gli effetti negativi e allo stesso tempo promuovere quelli positivi.

Tra gli effetti positivi possiamo elencare:

- La preservazione e/o il restauro di antichi monumenti siti ed edifici storici;
- La creazione di parchi nazionali e parchi naturali;
- La protezione di scogliere e spiagge;
- La conservazione delle foreste (I Libri Bianchi del Touring Club, 2005).

I principali effetti negativi sono invece da ricondursi al:

- Degrado delle risorse e degli ecosistemi, causata dalla pressione turistica, unita a quella dei residenti<sup>16</sup>;
- Deforestazione;
- Consumo idrico ed energetico;
- Possibile inquinamento dell'acqua e del suolo;
- Mal funzionamento della gestione dei rifiuti;
- Impatti fisici su beni artistici e culturali di valore (Romei, 2008).

Oltre agli effetti negativi sopracitati, l'attività turistica può contribuire anche a problemi globali collegati:

- Alla perdita della biodiversità;
- Alla diminuzione dell'ozono;
- Al cambiamento climatico (I Libri Bianchi del Touring Club, 2005).

---

<sup>16</sup> Il degrado non è immediatamente percepibile, ma può avere un effetto nel lungo periodo, apportando dei costi per le spese di recupero, manutenzione e la salvaguardia della risorsa degradata.

A livello mondiale vi sono poche leggi e pochi enti dotati del potere di salvaguardare l'ambiente di fronte allo sviluppo del turismo. Tuttavia l'assenza di questi soggetti dovrebbe comunque permettere di effettuare una valutazione dell'impatto ambientale (VIA).

Generalmente la VIA è un processo che permette ai ricercatori di prevedere le conseguenze ambientali associate ad ogni progetto di sviluppo proposto. Attraverso l'utilizzo di un sistema di valutazione dell'impatto ambientale è più facile evitare danni all'ambiente modificando o annullando un progetto di sviluppo piuttosto che porre rimedio al danno ambientale dopo che il progetto è stato attuato. In questo modo è possibile minimizzare il degrado ambientale.

Una volta adottata, la VIA esaminerà le procedure di monitoraggio ambientale, le limitazioni alle risorse naturali, i problemi e i conflitti ambientali che possono influire sul progetto e i possibili effetti negativi per persone, flora, fauna, suolo, acqua, aria, siti culturali ecc. I risultati della VIA vengono confrontati con la politica ambientale e se non sorgono dei conflitti, il progetto può essere considerato fattibile e si potrà procedere con il suo sviluppo.

Anche adottando la VIA, l'impatto ambientale risulta difficile da valutare. Da anni si cerca di prevedere i danni che l'attività turistica apporta alla destinazione, ma non sempre sono prevedibili. Per questo, non ostante le politiche che hanno espresso l'intenzione di sviluppare un approccio che sia rispettoso dell'ambiente, i metodi a disposizione dei ricercatori non sono tutt'ora ottimali. Gli studi e le analisi si limitano ad un metodo che utilizza il modello input-output, che tutt'oggi fornisce la più promettente prospettiva di studio per un sistema di riferimento universalmente accettabile.

### **2.2.2 Impatto socio-culturale**

Il turismo è un servizio personale, e come tale può essere consumato solamente dal turista che visita la destinazione. Ciò implica un contatto diretto tra due soggetti: i turisti, che raggiungono una determinata località; e i residenti di quella stessa località. Questo contatto può essere benefico o nocivo, a seconda del tipo di relazione che si va a creare e delle differenze tra le due culture.

L'attività turistica non lascia inalterate le comunità locali con cui entra in relazione e spesso provoca dei cambiamenti nella scala dei valori, nel comportamento, nelle relazioni interpersonali, nelle tradizioni e nel modo di vivere delle popolazioni locali. Ma d'altra parte

anche la comunità dei turisti può essere influenzata dagli usi, dai costumi e dallo stile di vita della popolazione residente. Infatti, cose come il vestiario del turista, il cibo che consuma e il suo atteggiamento sono sempre più spesso influenzati dai luoghi che esso visita.

L'impatto socio-culturale, che si viene a creare quindi, influenza ambedue le popolazioni, sia quella ospitante sia quella ospitata.

Gli effetti di questo contatto possono essere positivi, nel caso in cui l'attività turistica risusciti le capacità artigianali della popolazione o promuova gli scambi culturali tra popoli diversi; oppure negativi, nel caso in cui si verifichi uno snaturamento delle arti, dei mestieri, dei rituali e delle cerimonie che caratterizzano una popolazione.

Come abbiamo detto più sopra, gli effetti che il turismo può generare dipendono dal tipo di contatto che avviene tra turisti e locali. Le categorie di contatto si riferiscono a tre situazioni diverse:

- Quando il turista acquista dei beni o dei servizi dalla popolazione ospitante;
- Quando la popolazione ospitante e i turisti condividono una struttura o un servizio (ad esempio la spiaggia o un treno);
- Quando i turisti e la popolazione locale si riuniscono per un semplice scambio culturale (Cooper et al, 2002).

Mentre le prime due situazioni sono associate alla maggior parte degli aspetti negativi del contatto sociale<sup>17</sup>, l'ultima situazione è considerata di natura positiva per tutti e due i soggetti (turisti e locali) che, attraverso il contatto diretto, sono in grado di arricchire il loro bagaglio culturale senza intaccare la propria cultura e le proprie tradizioni.

Ognuna di queste tre categorie rispecchia il comportamento di un determinato gruppo di turisti. Ecco quindi che il turista di massa sarà probabilmente interessato ad un contatto del primo o del secondo tipo, rendendo pesante la sua presenza sulla popolazione locale;

---

<sup>17</sup> Questi primi due aspetti sono considerati negativi per il fatto che la maggior parte delle volte la presenza del turista all'interno di una comunità viene vista in maniera negativa da parte della popolazione locale. L'esempio più esaustivo per spiegare questa situazione potrebbe essere quello legato al l'aumento dei prezzi dei servizi, o anche semplicemente dei prodotti, durante il periodo di maggior flusso turistico. Questo fatto, condizionando lo stile di vita della popolazione locale, fa sì che l'interazione con il turista venga vissuta in maniera negativa.

mentre invece il turista esploratore/avventuriero sarà più propenso all'ultimo tipo di interazione, più positiva poichè limita gli aspetti negativi del contatto con i residenti.

Per valutare l'entità dell'impatto socio-culturale, oltre alla tipologia di contatto che si va a creare tra le due popolazioni, bisogna tener conto anche delle differenze più o meno nette tra le due categorie di soggetti. Tali differenze riguardano: le credenze religiose, le tradizioni, gli usi e le consuetudini, lo stile di vita, i modelli di comportamento, i codici di abbigliamento, il senso della programmazione del tempo e l'atteggiamento verso gli stranieri.

Tenendo in considerazione queste le due macroaree (natura del contatto e differenze tra culture), vediamo quindi quali sono i principali impatti che l'attività turistica può creare a livello socio-culturale.

Tra gli impatti positivi si possono elencare:

- Lo scambio e il dialogo interculturale;
- L'aumento della conoscenza tra popoli diversi;
- L'aumento dei legami tra la popolazione del mondo;
- Il miglioramento della comprensione e del rispetto reciproco;
- L'aumento della tolleranza;
- Lo scambio di idee e credenze;
- La conservazione del patrimonio storico-culturale della destinazione;
- Il miglioramento delle strutture e della tutela sanitaria;
- Nuove opportunità di lavoro in aree in cui vi è maggior necessità (I Libri Bianchi del Touring Club, 2005).

Tra gli effetti negativi possiamo ricordare:

- Le pressioni sulla cultura e sulle tradizioni delle comunità ospitanti ("commodification"<sup>18</sup>);
- La spettacolarizzazione e la standardizzazione della storia e delle tradizioni locali;

---

<sup>18</sup> Si tratta della trasformazione di rituali e cerimonie in "prodotti" turistici che rispondano alle aspettative dei visitatori.

- L'aumento dei conflitti sociali, dovuto all'esclusione dei residenti dall'utilizzo di determinate strutture e servizi, o dall'occupazione della manodopera locale in mansioni meno qualificate a causa dell'assunzione di lavoratori più specializzati;
- La perdita di valori e di identità locale;
- La perdita di autenticità e spontaneità (I libri Bianchi del Touring Club, 2005).

Altri particolari effetti legati all'attività turistica, che riguardano la sfera socio-culturale possono essere: lo sviluppo del turismo sessuale; l'aumento della criminalità, legato alle attività illecite; i problemi relativi alla salute, legate alla trasmissione di malattie.

Gli effetti socio-culturali apportati dal turismo in una destinazione non sono sempre diretti, cioè non dipendono sempre dal contatto diretto tra turisti e locali. Molto spesso non è necessario che i turisti entrino in relazione con tutta la popolazione ospitante; ma basta che alcuni membri della comunità locale vengano influenzati dal comportamento dei turisti, per innescare un processo che tenderà ad influenzare tutti i soggetti appartenenti alla comunità. In questo caso si parla di effetto indiretto. Inoltre, la crescita economica e il conseguente aumento del livello di reddito muteranno la capacità di spesa dei consumatori, che percepiranno più bisogni e richiederanno più benefici da parte dei prodotti presenti sul mercato. Questi cambiamenti nelle modalità di consumo porteranno pian piano al cambiamento sociale. In questo caso si può quindi parlare di effetti socioculturali indotti.

L'impatto generato dall'attività turistica in ambito sociale e culturale, è molto difficile da analizzare e da quantificare, poiché costituito da effetti evidenti e quindi misurabili, e da effetti difficili persino da identificare.

Ci sono diverse fonti di dati che possono essere utilizzate per misurare questo impatto. Esse si possono suddividere in primarie e secondarie. Le fonti primarie si basano su dati raccolti da indagini su famiglie e visitatori, indagini su turisti e residenti. Questa tipologia di raccolta richiede molto tempo e può essere quindi molto costosa. Le fonti secondarie si basano invece su statistiche, relazioni, articoli di giornale e altre fonti reperibili dai media. Il problema di questi dati è che spesso sono soggettivi e devono essere interpretati e usati con cautela.

Tutte queste fonti di misurazione devono tener conto della stagionalità, per ciò le analisi ad esse relative devono essere effettuate in diversi periodi dell'anno. Solo così facendo si può avere un quadro completo dei flussi turistici e valutare quando sia possibile intervenire per attuare delle migliorie o delle azioni di correzione dei flussi turistici per evitare che il contatto tra turisti e locali generi degli effetti negativi.

### **2.2.3 Impatto economico**

Oltre ad avere un impatto ambientale ed un impatto sociale, l'attività turistica produce anche un impatto economico. Mentre dei primi due si è soliti sottolineare gli aspetti negativi, del terzo la letteratura tende ad esaltare gli aspetti positivi. Tuttavia, anche se le attività turistiche generano sostanziali benefici economici per le comunità locali, possono avere degli effetti negativi sottoforma di costi nascosti.

Il turismo, a differenza di altri settori, ha avuto una forte crescita negli ultimi vent'anni poiché è riuscito a resistere alle recessioni ed è stato capace di conservare la sua presenza a livello globale. L'importanza economica del turismo è determinata dal livello dell'attività turistica e dal tipo di economia considerata; essa può essere valutata in termini di percentuale di visitatori totali attribuibili ai diversi paesi e allo stesso tempo in relazione alla quota dell'attività turistica nell'economia di ciascuna destinazione.

L'impatto economico del settore turistico deve tener conto in primo luogo della spesa turistica, cioè del denaro speso dai turisti per beni e servizi relativi alla vacanza; ma deve anche valutare i costi per le importazioni, i costi per le singole unità che vanno a costituire il pacchetto turistico offerto da una destinazione, e il reddito locale che si andrà accumulando e che creerà ulteriori movimenti dell'attività economica. Soltanto calcolando tutti questi elementi l'impatto economico verrà valutato nella sua totalità.

Come per gli altri due ambiti, gli effetti provocati dal turismo nel settore economico possono essere positivi o negativi.

Come abbiamo sottolineato prima, la letteratura è solita tenere più in considerazione gli effetti positivi di questo settore all'interno di un territorio.

Tra gli effetti positivi apportati possiamo dunque elencare:

- Il flusso di valuta straniera in ingresso nel Paese;
- Il contributo del turismo alle entrate fiscali dirette e indirette;

- La creazione di posti lavoro e di opportunità imprenditoriali;
- L'aumento della domanda di beni e servizi;
- L'aumento delle attività artigianali e agroalimentari;
- La stimolo alla costruzione e al miglioramento delle strutture e delle infrastrutture;
- La valorizzazione delle risorse naturali, artistico, culturali di un Paese<sup>19</sup> (I Libri Bianchi del Tourin Club, 2005).

Ma il turismo ovviamente, genera anche degli impatti negativi nella località in cui si sviluppa.

I principali effetti nocivi per l'economia della destinazione sono:

- L'aumento dei lavori stagionali;
- La manodopera poco qualificata;
- Una maggiore vulnerabilità e instabilità dei redditi;
- Uno sviluppo delle infrastrutture più orientato ai turisti che alla popolazione locale;
- "Effetto spiazzamento"<sup>20</sup> e sviluppo della "monocultura turistica" (Romei, 2008).

La misurazione dell'impatto economico si basa sulla misurazione della spesa turistica, relativa agli effetti in atto e alle variazioni della spesa per il turismo; e sullo sviluppo del turismo, inteso come la costruzione e il finanziamento delle strutture correlate con il turismo.

Il calcolo dell'impatto economico della spesa turistica si effettua utilizzando un moltiplicatore, questo strumento tiene conto dell'interdipendenza dei settori industriali di un'economia; mentre la stima dell'impatto economico dei progetti di sviluppo turistico si ottiene da valutazioni e analisi di costi-benefici.

---

<sup>19</sup> Un bene culturale o ambientale ha valore quanto il denaro speso per goderne in termini di costo per il suo raggiungimento e di valutazione monetaria del tempo a ciò necessario.

<sup>20</sup> Quando il turismo sostituisce una forma di spesa e di attività economica ad un'altra, questo processo prende il nome di effetto di spiazzamento. Lo spiazzamento si può avere quando lo sviluppo del turismo viene intrapreso a spese di un'altra industria, o quando un nuovo processo turistico sottrae clienti a una struttura ricettiva esistente. Di conseguenza l'attività turistica complessiva della destinazione non aumenta, anche se si è sviluppata una nuova attività. Il risultato negativo è quello di causare una monocultura economica, per cui un eventuale crollo dell'attività turistica rischia di determinare la crisi dell'intera economia della destinazione.

Il metodo migliore per la valutazione dell'impatto economico del turismo è quello che utilizza il modello input-output poiché fornisce delle informazioni più complete per programmare lo sviluppo del turismo. Questa metodologia fornisce moltiplicatori di reddito, di occupazione, e delle entrate pubbliche. Le informazioni tratte da quest'analisi hanno permesso di identificare segmenti di mercato in grado di potenziare i benefici economici associati alla spesa turistica.

Per concludere possiamo affermare che per avere un quadro completo delle informazioni riguardanti gli impatti che il turismo ha su una determinata destinazione, bisogna tener conto della combinazione di tutti gli effetti causati da quest'attività relativamente a tutti tre gli ambiti: ambientale, sociale ed economico. Solo così una destinazione può raggiungere l'obiettivo di fornire uno strumento di programmazione esauriente, in grado di guidare e di gestire nel modo più sostenibile possibile, tutte le strategie volte allo sviluppo del settore turistico.

### **2.3 La capacità di carico**

Il concetto di *carrying capacity* o capacità di carico, nacque in ingegneria per indicare il peso che una struttura può sopportare prima di collassare. Analogamente venne poi utilizzato in ambito economico, per identificare i limiti da rispettare per proteggere le risorse.

In termini generali si possono individuare due significati della capacità di carico. Il primo è legato all'ambito ecologico, e sta ad indicare la capacità naturale dell'ambiente di sostenere un determinato livello di popolazione; il secondo è legato all'ambito economico, e misura i livelli di beneficio che i fruitori di una risorsa possono ricavarne in funzione delle condizioni di affollamento.

Il concetto di capacità di carico venne introdotto in ambito turistico dalla UNWTO, che lo definì come:

*“Il massimo numero di turisti che possono visitare una destinazione turistica nello stesso momento, senza causare la distruzione dell'ambiente fisico, economico e socio-culturale, e senza ridurre la soddisfazione dei visitatori” (Biederman, 2008).*

In poche parole la capacità di carico è ricondotta alla capacità da parte di una destinazione di essere usata a fini turistici senza deteriorarsi. Per determinare quale sia il numero massimo

di turisti sopportabili da parte di una destinazione, è necessario misurare l'impatto del turista in termini di acqua ed energia consumate, di rifiuti prodotti, di emissioni generate. Proprio per queste valutazioni la capacità di carico svolge un ruolo centrale nel concetto di sostenibilità.

Identificare la capacità di carico non è facile, poiché i suoi valori dipendono dalla complessa interazione di diverse variabili: le proprietà dell'ecosistema, lo sviluppo e la gestione del target, la tipologia di turisti ospitati dalla destinazione e la loro stagionalità, e le aspettative di turisti, residenti e operatori turistici. Se una di queste variabili dovesse cambiare, la capacità di carico cambierebbe a sua volta. Proprio per questo motivo, il concetto di *carrying capacity* è difficile da mettere in pratica.

Sono i manager della destinazione e i turisti stessi a decidere cosa è inaccettabile e quando la qualità dell'esperienza è venuta meno. Perciò ogni destinazione può essere gestita ad alta o bassa capacità di carico, in base a com'è governata la destinazione, alla sua ubicazione e al suo livello culturale.

Per misurare la *carrying capacity* è necessario definirla in relazione a quattro diversi gruppi di indicatori:

- Economici: riferiti alla dipendenza dell'economia dall'attività turistica;
- Psicologici: riferiti al livello espresso dalla soddisfazione dei visitatori associato alla destinazione e agli elementi che la caratterizzano e la rendono unica;
- Ambientali: riferiti all'ambiente fisico e agli impatti ecologici che la destinazione può supportare;
- Sociali: riferiti alle relazioni che si vanno a creare tra turisti e residenti, e gli effetti che ne conseguono (Holden, 2008).

Questi quattro indicatori creano qualche difficoltà quando si vuole stabilire esattamente quale possa essere la capacità di carico di una determinata destinazione. È normale infatti, che per ogni località la capacità di carico verrà raggiunta in una di queste aree prima che nelle altre. Perciò in una destinazione l'attività turistica potrebbe esercitare una pressione sull'ecosistema prima di costituire un rischio per la struttura sociale o economica.

Gli indicatori possono esplicitare il grado di allontanamento o avvicinamento alla sostenibilità, attraverso dei “valori soglia”. Questi valori possono apparire come degli obiettivi ai quali l’indicatore deve tendere o discostarsi per essere ritenuto sostenibile. Alcuni valori sono riconosciuti a livello nazionale o internazionale, come quelli relativi alla qualità dell’aria o dell’acqua o quelli relativi alla raccolta differenziata dei rifiuti. Altri invece dipendono fortemente dagli obiettivi che la località vuole raggiungere.

Proprio per questo motivo, la capacità di carico dev’essere esaminata caso per caso.

Come abbiamo potuto notare, il concetto di *carrying capacity* è quindi estremamente dinamico; esso infatti muta a seconda dell’ubicazione della località, della differenza tra la cultura dei turisti e quella della popolazione ospitante, della velocità di crescita del turismo e della dimensione temporale dello sviluppo dell’attività turistica. Una volta raggiunte le soglie di capacità di carico di una variabile, essa limiterà o modificherà il processo di sviluppo del turismo affinché questo non subisca o crei danni nel lungo periodo (Candela, 2012).

Un’altra cosa da valutare in fine è la relazione tra le ripercussioni del turismo e la scala di dispersione dell’attività turistica. In generale l’attività turistica dispersa su piccola scala tende ad avere un più basso impatto rispetto allo sviluppo turistico concentrato su vasta scala. Però è improbabile che l’attività turistica sviluppata su piccola scala risponda alle esigenze dei principali segmenti del mercato turistico.

La capacità di carico, insieme con il monitoraggio degli impatti del turismo, è una delle cose principali di cui tener conto per sviluppare un’attività che rispetti i principi della sostenibilità.

### **3. IL TURISMO NELLE ZONE MONTANE**

Grazie alla varietà di opportunità sportive e ricreative che offre ai suoi visitatori, la montagna è da sempre una delle mete più ambite dal turista in cerca di avventura, relax e situazioni estreme.

Sono ormai molti secoli che la montagna è legata all'attività turistica; e in molte occasioni è proprio grazie a quest'attività che alcune aree sono riuscite ad evitare il completo spopolamento e a garantire alla popolazione possibilità di lavoro e di reddito.

Tuttavia, la forte competizione presente tra destinazioni turistiche, vede le località montane in condizioni di estrema difficoltà nel far fronte alle attese del mercato. Le nuove esigenze della domanda turistica, relative alle attrattive e alle strutture che andranno a costituire la vacanza, sono sempre più complesse e differenti tra loro, per questo per una destinazione montana risulta difficile rispettare le condizioni di efficacia e di qualità attese dalla domanda. I tradizionali fattori di attrattiva sul quale si è sviluppato il turismo della montagna (natura, paesaggio, neve), anche se restano gli elementi peculiari per questa attività, sembrano non presentare più "l'appeal" di un tempo. Ciò su cui devono puntare le località di montagna è l'innovazione; attraverso quest'ultima infatti non solo è possibile promuovere una località sviluppando flussi turistici sempre nuovi, ma è anche possibile mantenere in vita questo settore, che più di ogni altro in questi anni ha tenuto in vita l'economia di questi luoghi. Attraverso l'innovazione, la località saprà mantenere il suo grado di competitività in un mercato sempre più dinamico.

L'obiettivo di tutte le destinazioni di montagna sarà quindi quello di riuscire a sviluppare un'attività turistica sempre al passo con le richieste dei suoi ospiti, e che allo stesso tempo sia in grado di rispettare i principi della sostenibilità.

#### **3.1 La nascita e lo sviluppo del turismo alpino-montano italiano.**

Le montagne sono da sempre state considerate come luoghi impervi e pericolosi e furono scoperte turisticamente solo nel periodo illuminista, quando iniziarono ad essere considerate luoghi di attrazione, grazie alla purezza della natura che le caratterizzava. Questa nuova visione portò nelle località alpine un gran numero di visitatori, che andarono ampliandosi nel corso degli anni.

I viaggiatori e gli avventurieri, spinti dal desiderio di sconfiggere e allo stesso tempo di conquistare la montagna, si recavano in questi luoghi incontaminati, con lo scopo di vincere quella che veniva considerata come una sfida con la natura. I viaggi e le imprese venivano poi molto spesso pubblicate su giornali o raccontate nei libri di questi alpinisti, opere arricchite da descrizioni relative alle tradizioni, agli usi e ai costumi della popolazione di montagna.

Il turismo legato alle località montane è nato quindi come un'attività a stretto contatto con l'ambiente e la natura. Il turista che giungeva nella località alpina non richiedeva strutture lussuose e attività particolari che potessero intrattenerlo. A questi turisti bastava alloggiare in locande il più possibile decorose e poter conoscere questi luoghi grazie ad una guida del posto (solitamente impersonata da cacciatori e pastori), che fosse in grado di accompagnarli per i sentieri, facendogli evitare inutili pericoli e disagi<sup>21</sup> (Ball, 2007).

Oltre ad interessare escursionisti ed avventurieri, inizialmente il turismo montano era anche turismo d'élite. Infatti fin da subito quest'attività costituì un'attrazione per le famiglie agiate, che cominciarono a ritirarsi in queste zone soprattutto nella stagione estiva, per sfuggire al caldo soffocante della città. Numerose e molto ben viste dalla popolazione locale erano le visite di personaggi illustri come re o regine, che resero famose alcune località montane tra l'Ottocento e il Novecento. Questi personaggi si ritiravano tra i monti per godere dei paesaggi e per trascorrere alcuni mesi tra la pace e la tranquillità delle montagne (Musizza-Maierotti, 2001).

Un'importanza fondamentale ebbe lo sviluppo delle vie di comunicazione che tra Ottocento e Novecento migliorarono la connessione tra montagna e città. La costruzione di strade e di ferrovie permise al turista di scoprire dei luoghi carichi di fascino, che senza le infrastrutture adeguate non avrebbe mai potuto scoprire.

Tra gli anni Venti e Sessanta del Novecento la montagna divenne meta ambita anche nel periodo invernale, grazie alla nascita di un nuovo sport, lo sci. Utilizzato come metodo di spostamento durante la Prima e la Seconda Guerra Mondiale, lo sci divenne uno degli sport

---

<sup>21</sup> Fu proprio così che nacque la professione di *giuda alpina*, figura che si svilupperà fino ai giorni nostri in maniera sempre più controllata e regolamentata.

più praticati e una delle motivazioni principali in grado di spingere i turisti a recarsi in montagna anche nei mesi più freddi. Questo sport riuscì a trasformare il turismo in un'attività a doppia stagionalità, apportando flussi turistici sia d'estate che d'inverno.

La crescita della notorietà delle zone di montagna, dovuta allo sviluppo dell'attività turistica continuò fino ai primi anni Ottanta e Novanta del Novecento, quando si cominciarono a registrare i primi cali relativi ai flussi di visitatori interessati a raggiungere queste zone. Fu in questo periodo che, in seguito allo sfruttamento economico, all'evoluzione delle tendenze del mercato e allo sviluppo del turismo di massa, il modo di vedere le località di montagna cambiò radicalmente.

Se un tempo le mete montane costituivano la principale alternativa al turismo balneare, in questo periodo si ritrovarono a fronteggiare una molteplicità di nuove proposte di impiego del tempo libero, in grado di attrarre e di rispondere in maniera diversa alle esigenze di una domanda sempre più dinamica. Ecco che la montagna, che fino a pochi anni prima aveva rappresentato una risposta densa di fascino, diventa in questo periodo *una* delle tante possibili mete del turismo vacanziero.

A tutt'oggi infatti, il turismo alpino risente sempre più della concorrenza non solo di prodotti simili ma anche di prodotti completamente diversi e sostituibili dal turista.

La concorrenza turistica si è globalizzata e una destinazione alpina non deve più solo competere con le località vicine ma anche con quelle poste a notevole distanza, oggi facilmente raggiungibili grazie a mezzi di trasporto come gli aerei.

La perdita di competitività da parte del turismo montano, è dovuta in principal modo al mancato adeguamento ai continui mutamenti della domanda. Le scelte attuate dalle località alpine erano e sono tutt'oggi basate su delle semplici intuizioni e su aspettative non verificate, che non sono in grado di soddisfare nella maniera adeguata le esigenze del turista. A causa della frammentazione dell'offerta e della lontananza dai centri di produzione dell'innovazione, che rende più lunghi e più costosi i processi di cambiamento, l'ambiente montano non riesce a stare al passo con le richieste di un turismo sempre più pretenzioso e in cerca di cose sempre nuove.

Proprio per questo, ciò che si cerca di portare avanti, per quanto possibile, in queste destinazioni turistiche è una visione più ampia e una più veloce capacità di risposta alle esigenze del visitatore. Ciò è reso possibile introducendo strategie ed attività in grado di

garantire la continua innovazione dell'offerta turistica. Attraverso l'innovazione una destinazione può ampliare il suo grado di competitività rispetto ai concorrenti, sviluppandosi di pari passo con un mercato sempre più dinamico e rapido nei cambiamenti. L'innovazione quindi è in grado di creare valore, sia per la comunità locale, incrementando il reddito generato attraverso l'attività turistica; sia per il turista, offrendogli un prodotto o un'esperienza unica ed irripetibile (Andreotti-Macchiavelli, 2008).

Al giorno d'oggi i flussi turistici che interessano le zone montane sono solitamente divisi nelle due stagioni: estate ed inverno. Per quanto riguarda l'Italia, su circa 370 milioni di presenze, il turismo montano invernale conta per il 5%, mentre quello estivo conta per circa l'11%. I flussi turistici sono fortemente concentrati in poche aree: 60% nelle province di Bolzano e Trento; 10% nella regione Veneto, e si tratta per lo più di turismo domestico (77%).

Mentre il turismo estivo è legato principalmente al contatto con la natura, la cultura e le tradizioni di questi luoghi, il turismo invernale ricerca nelle mete alpine un luogo dove poter praticare gli sport invernali. La destinazione turistica montana deve quindi essere in grado di offrire al turista impianti ed attrezzature moderne, infrastrutture adeguate, comprensori sciistici ampi ma anche animazione, benessere e gastronomia (CISSET, 2009).

Nonostante tutti i problemi che fanno del turismo montano un'attività poco dinamica, questo settore è stato l'unico a garantire l'economia di molte zone di montagna, che negli ultimi anni hanno risentito della crisi. Puntando proprio sull'innovazione, alcune località alpine sono riuscite a mantenere la propria economia grazie al settore dei servizi, trasformando una risorsa "indifferenziata" in un fattore di attrattiva e favorendo così un posizionamento competitivo forte.

Proprio per questo, se sviluppato nella maniera corretta, il turismo per le regioni alpine può oggi, come nel passato, rappresentare una valida fonte di ricchezza per la popolazione locale; esso è infatti in grado sia di rallentare l'attuale emigrazione, grazie all'offerta di nuove opportunità di lavoro e di reddito, sia di sostenere l'agricoltura e l'artigianato locali, entrambi incapaci di competere con le produzioni intensive delle zone di pianura.

### **3.2 La fragilità del territorio**

La globalizzazione, ovvero l'apertura a nuovi mercati, è uno dei fattori che più ha inciso l'evoluzione del turismo, compreso quello dell'area alpina. Negli ultimi anni la concorrenza tra mete di interesse turistico è notevolmente cresciuta, e se questo ha significato nuove possibilità di attrarre visitatori sempre più diversi per alcune località, nel caso delle destinazioni montane ha implicato talvolta una concorrenza esasperata e difficile da sostenere.

Oggi i turisti richiedono standard di qualità sempre più elevati e prodotti *all inclusive* che contrastano pesantemente con la frammentazione tipica dell'ambiente montano.

Rispetto ad altri contesti turistici, i fattori che dimostrano la fragilità e la debolezza delle destinazioni alpine sono molti. Essi sono principalmente legati alla natura del luogo, vista come principale ostacolo alla capacità di adeguamento ad una domanda sempre più esigente.

Di seguito elencheremo i principali problemi che enfatizzano la fragilità di questo territorio.

#### **3.2.1 La marginalizzazione dell'ambito montano**

Come ben si sa negli ultimi tempi la situazione dell'ambito montano è stata caratterizzata dall'abbandono dell'area, dovuto a diversi motivi<sup>22</sup>. Le vallate alpine hanno affrontato in maniera diversa questa situazione, sviluppando delle attività in grado di far fronte a questo problema. Una delle soluzioni più adottate dalle varie zone di montagna è stato quello di puntare sul settore turistico, partendo da zero e sviluppando per intero una destinazione, o migliorando ciò che era già presente nel territorio.

A causa della sua morfologia, che molto spesso rende difficili gli scambi e la comunicazioni non solo tra montagna e pianura, ma anche tra vallate della stessa zona; e a causa della concorrenza con altre mete di interesse turistico (come mare, città e centri storico culturali, terme, laghi, ecc), l'ambito montano risente del processo di marginalizzazione geografica e sociale. In queste aree infatti, ci si ritrova di fronte ad un turismo localizzato a livello spaziale e fortemente sviluppato in alcuni periodi dell'anno.

---

<sup>22</sup> I motivi che hanno spinto gli abitanti all'abbandono delle zone di montagna sono relativi alla mancanza di lavoro, alla ricerca della comodità, alla ricerca di nuovi stili di vita, ecc.

Per definizione la montagna si trova “ai margini” delle aree urbane e la lontananza rimane un fattore che caratterizza il turismo alpino in maniera più o meno marcata a seconda delle situazioni.

La marginalità di questi territori rispecchia la loro fragilità economica, che li differenzia dalle altre destinazioni che, in presenza di un numero più elevato di risorse e una maggiore propensione al cambiamento, presentano migliori condizioni per far fronte alla competizione.

La marginalità dell’ambito montano si riconosce:

- Negli stili di vita e nei comportamenti della popolazione locale;
- Nella frammentazione delle imprese, per lo più di carattere familiare o individuale<sup>23</sup>;
- Nella più bassa produttività, che comporta una maggiore difficoltà nel raggiungimento degli equilibri economici;
- Nella poca innovazione e minor sensibilità al cambiamento (Macchiavelli, 2006).

Tuttavia senza la sua marginalità il territorio montano non sarebbe quello che è e non eserciterebbe lo stesso fascino per il turista.

L’ambiente, le risorse naturali, gli eventi culturali...sono tutte espressioni di questa marginalità che, con le sue implicazioni positive e negative, caratterizza questi luoghi.

Ma la fragilità della montagna è legata anche ad un altro fattore.

Uno dei problemi principali che caratterizzano queste zone è l’assenza di collaborazione tra le diverse aree che compongono il territorio. Ogni località fa fronte in maniera diversa ai problemi che le si presentano, sviluppando idee sempre nuove, che spesso, proprio per assenza di comunicazione e collaborazione con i paesi limitrofi, vanno a cozzare con le soluzioni prese dalle zone adiacenti, creando competizione. Per capire meglio questo problema, prendiamo ad esempio una destinazione turistica montana, che per ampliare i flussi turistici nel suo territorio, crea degli eventi in un determinato periodo. Molto

---

<sup>23</sup> La presenza di una miriade di piccole imprese per lo più a gestione familiare, sia nel settore ricettivo che in quello dei servizi, pone problemi dal punto di vista gestionale ed organizzativo. Se da un lato infatti, questo elemento fa in modo che si instauri un ambiente più intimo e un’accoglienza più “umana”, dall’altro apporta degli inconvenienti nella efficienza gestionale. Ciò ha come conseguenza l’impossibilità di generare economie di scala e allo stesso tempo comporta maggiori costi, prezzi più elevati e una minore produttività aziendale.

facilmente, siccome l'aumento del numero di visitatori non interesserà solamente quella destinazione ma anche quelle limitrofe, essa si troverà a concorrere con gli eventi creati nello stesso periodo da un'altra destinazione vicina.

La competizione che si verrà a creare, produrrà degli effetti negativi in ambito economico, sociale ed ambientale in entrambe le destinazioni.

Per migliorare questa situazione e favorire lo sviluppo di un'attività turistica che riduca il più possibile gli effetti negativi nei tre ambiti sopracitati, le destinazioni dovrebbero cercare di stabilire dei rapporti di collaborazione, che permettano di ottimizzare e portare a termine delle strategie volte a combattere l'arretratezza, che si andrebbe a creare senza questi legami.

### **3.2.2 Lo sviluppo di pratiche sostenibili**

Come accennato nell'introduzione di questo capitolo, l'attività turistica che si sviluppa in territorio montano, deve rispettare il più possibile i principi della sostenibilità. Ciò significa che, tutto ciò che ruota attorno a questo settore, dev'essere attentamente gestito e monitorato per evitare danni all'ambiente naturale, sociale ed economico della località. Una destinazione turistica dev'essere quindi in grado di chiudere i propri cicli produttivi con le minori esternalità possibili.

Lo sviluppo di un turismo sostenibile richiede in primo luogo un attento uso delle risorse naturali, che costituiscono il fattore produttivo primario del turismo montano, e la cui conservazione è condizione per lo sviluppo e il mantenimento di quest'attività.

I paesaggi alpini costituiscono da sempre un fattore necessario per attrarre i visitatori, che si recano in questi luoghi per la particolarità dell'ambiente, capace di generare emozioni ineguagliabili rispetto ad altre destinazioni turistiche. Ma le attrattive naturali non si limitano al paesaggio, bensì comprendono anche clima, vegetazione, flora e fauna di un determinato territorio. Un turista che giunge in una destinazione montana potrà usufruire di tutte queste componenti, ma l'utilizzo di queste risorse dev'essere costantemente monitorato, in modo da non deturpare o distruggere gli ecosistemi. L'attenzione tende ad essere concentrata sull'ambiente naturale poiché esso non può essere direttamente sostituito con strutture artificiali, ma dev'essere mantenuto intatto e inalterato negli anni, rispettando i principi dello sviluppo sostenibile (Cooper et al., 2002).

Un altro aspetto da monitorare e gestire nella maniera corretta in modo da non causare danni all'ambiente fisico di una destinazione di montagna è relativo allo sviluppo del settore ricettivo.

All'interno dell'economia turistica l'ambito della ricettività ha un ruolo fondamentale. Essa è infatti necessaria per lo sviluppo turistico di ogni tipo di destinazione.

A partire dalle locande, prime strutture nate per l'accoglienza dei forestieri che giungevano nelle località di montagna, si è arrivati oggi ad un'ampia offerta del settore ricettivo che caratterizza queste destinazioni. È proprio al settore della ricettività che oggi vengono generalmente attribuite immagini di inquinamento e degrado ambientale. L'impatto che può creare la realizzazione di strutture di ospitalità è molto vario e si può manifestare nelle seguenti aree:

- Consumi idrici;
- Consumi energetici, legati soprattutto al utilizzo di energia per il riscaldamento;
- Riciclaggio;
- Smaltimento dei rifiuti.

Gli alberghi e le altre strutture di ospitalità situate all'interno di ambienti naturali fragili costituiscono gravi minacce per la flora e la fauna di queste località. Per questo tali ambienti devono essere gestiti con particolare sensibilità, in modo da un lato di non deludere i visitatori, dall'altro di tutelare le risorse naturali, facendo in modo che la presenza dei turisti non alteri le risorse del territorio.

Rispettando i principi della sostenibilità sarà quindi possibile educare sia i dipendenti delle unità ricettive, sia i loro ospiti sull'importanza della sensibilità e della responsabilità verso l'ecosistema.

Adottando un atteggiamento rispettoso dell'ambiente si riuscirà così a promuovere la crescita nel lungo periodo, offrendo un prodotto turistico migliore, risparmiando risorse e migliorando la percezione dell'industria turistica da parte del pubblico.

Ma per promuovere un turismo di tipo sostenibile, bisogna tener conto anche della componente culturale del prodotto turistico.

Tra le varie tipologie di offerta turistica, le località montane sono tra quelle che più riescono a comunicare la loro identità culturale, legata agli usi e ai costumi, agli stili di vita, al cibo, alle pratiche religiose e persino all'abbigliamento tipico. Questi elementi costituiscono un forte fattore di attrattiva per il turista, che si reca in questi luoghi con lo scopo di ritrovare espressioni di vita che altrove sono andate perdute e che in montagna ancora sopravvivono. Se non fosse per la sua marginalità geografica, il territorio montano avrebbe già da tempo perduto o reso meno viva quell'identità culturale che caratterizza il suo territorio.

Queste espressioni di vita tipiche delle zone alpine, vengono viste quindi come un elemento di continuità dell'attività turistica di queste zone. A tutt'oggi infatti molte località montane si sono fortemente impegnate in attività di recupero di quelle espressioni culturali, che sono state reintrodotte sempre più spesso sotto forma di rituale<sup>24</sup>. Di qui l'attenzione crescente al recupero degli edifici tradizionali, agli stili architettonici, alla struttura dei centri storici, ai luoghi di vita e di produzione, quali componenti di un'identità culturale, che negli anni dello sviluppo del turismo di massa non costituivano oggetto di attenzione<sup>25</sup>, e che vennero quindi accantonati e dimenticati.

Essendo una componente fondamentale dell'offerta turistica montana, l'identità culturale dev'essere espressa e interpretata da coloro che abitano e conoscono queste zone, cioè la popolazione locale. Ma molto spesso la comunità locale non riesce a governare in maniera efficace la destinazione, poiché povera delle risorse umane e finanziarie necessarie ad esprimere la creatività e l'innovazione, che le permetterebbero di stare al passo con un mercato che cambia progressivamente. Solo promuovendo un dialogo con l'ambiente esterno, una località di montagna sarà in grado di cogliere le nuove tendenze della domanda. Ovviamente le modifiche che queste relazioni con l'ambiente esterno potrebbero apportare, devono essere promosse seguendo una prospettiva di salvaguardia dell'identità culturale del territorio, evitando che tali cambiamenti possano intaccare, modificare o distruggere l'ambiente socio-culturale che caratterizza le zone di montagna (Macchiavelli, 2006).

---

<sup>24</sup> Nelle località montane si assiste sempre più spesso alla creazione di eventi che ruotano attorno a quelli che sono gli usi e i costumi tipici del territorio. Vedi ad esempio le festività legate alla riscoperta di arti e mestieri, costumi e sapori di un tempo.

<sup>25</sup> Il turismo di massa era più attento alla creazione di strutture e infrastrutture necessarie per i turisti che sarebbero giunti in questi luoghi in cerca della più ampia offerta sciistica possibile.

La crisi dei primi anni Novanta ha colpito pesantemente le aree alpine italiane, che in questo periodo hanno visto la chiusura di molte fabbriche e stabilimenti, che fino ad allora avevano garantito un posto di lavoro alla popolazione locale. Ciò ha portato all'abbandono di queste zone da parte di molte famiglie, che si sono trasferite in città per cercare un nuovo impiego. Proprio per questi motivi la montagna ha visto nel settore turistico una valida alternativa che potesse aiutare a combattere l'abbandono di questi luoghi. Ed è proprio grazie allo sviluppo dell'attività turistica che molte destinazioni alpine sono riuscite a sopravvivere, creando dei nuovi posti di lavoro nel settore dei servizi e della ricettività, migliorando e costruendo strutture e infrastrutture sempre nuove e valorizzando le risorse presenti nel territorio. È anche vero che il turismo montano è strettamente legato alla stagionalità. Gli impiegati del settore turistico sono costretti a lavorare solamente nei periodi dell'anno che comprendono i mesi da fine novembre a fine aprile e da inizio giugno a inizio ottobre. Questo crea dei periodi morti nella stagione primaverile e autunnale, durante i quali la popolazione locale risente della mancanza di servizi e delle strutture di cui, a differenza dei turisti, usufruirebbe tutto l'anno.

Tutto ciò intacca pesantemente l'economia di queste destinazioni turistiche, che rischiano irrimediabilmente di fare del turismo una monocultura in grado di penalizzare coloro che abitano queste località.

Solamente responsabilizzando le amministrazioni e la popolazione locale, una destinazione alpina è in grado di sviluppare un turismo sostenibile, che spinga i visitatori ad una più attenta fruizione del territorio e delle sue risorse. Attraverso quest'attività si è quindi in grado di riconoscere lo straordinario valore ambientale di queste zone e di attuare dei piani di sviluppo secondo i principi di giustizia sociale ed economica, nel pieno rispetto della natura e della cultura.

In questo modo gli impatti apportati dal settore turistico nelle zone di montagna potrebbero risultare maggiormente positivi, conservando luoghi carichi di fascino, valorizzando il paesaggio, rispettando le tradizioni locali, ampliando la ricchezza economica.

### 3.3 Valorizzazione e promozione del territorio montano

La montagna è sempre stata considerata come un territorio “diverso”, come un territorio svantaggiato ed è proprio su questa diversità che si è fondata la politica nazionale, volta a risollevarle le zone alpine, attraverso dei provvedimenti di tutela, valorizzazione e fruizione del territorio.

Per quanto riguarda la tutela dei beni presenti nell’area montana, abbiamo già specificato nel capitolo precedente, come l’ambiente e le sue risorse devono essere utilizzate, per rispettare i principi della sostenibilità. L’ambiente montano infatti è ricco di risorse naturali, storiche e culturali che, se tutelate e rese note nella maniera corretta, possono diventare la leva principale per lo sviluppo turistico.

Uno dei problemi fondamentali che vanno ad ostacolare la valorizzazione di questi elementi, è che cose come una baita, un luogo incontaminato, un’espressione del passato...che spesso sono considerate dal turista come risorse, non vengono riconosciute come tali dalla popolazione locale, e per ciò risulta difficile utilizzarle come leva d’attrazione per dei nuovi flussi turistici. Questo è dovuto al fatto che per un locale espressioni del genere sono presenti nella vita di tutti i giorni, e molto spesso sono legate alla fatica e alla sofferenza<sup>26</sup>, e proprio per questo non vengono viste come parte della ricchezza del territorio. Questa differente concezione di valori è uno dei motivi che ostacolano la valorizzazione di molte risorse presenti nelle località montane.

Solamente attuando delle strategie d’apertura verso l’esterno, che permettano una più attenta analisi della domanda e della concorrenza, e attuando una più vasta propensione all’innovazione, le destinazioni turistiche alpine potrebbero eliminare le differenze tra queste due visioni e ridurre quindi questo aspetto limitante (Andreotti-Macchiavelli, 2008).

Attraverso l’elaborazione di strategie atte a rilanciare gli elementi, che costituiscono la ricchezza del territorio, una destinazione alpina sarà in grado di ampliare la propria competitività, ponendo le sue risorse in un mercato, dove oggi l’offerta turistica risulta molto ampia.

L’obiettivo che si cerca di raggiungere è quello di costituire dei prodotti turistici che siano in grado di attrarre, e quindi incrementare, le presenze turistiche, e che allo stesso tempo

---

<sup>26</sup> In molti luoghi di montagna tutt’oggi la gente pratica dei lavori legati alla pastorizia, all’agricoltura e all’artigianato tipico di queste zone. Per il turista vedere all’opera la gente del posto è qualcosa di unico, ma coloro che sono abituati a farlo tutti i giorni non vedono in questi mestieri nessun tipo di attrattiva turistica.

valorizzino le potenzialità del luogo. Il prodotto turistico globale che ne deriverebbe, sarebbe quindi costituito dall'insieme di tutti i fattori d'attrattiva, in grado di rispondere ai bisogni del cliente.

Per realizzare queste strategie, bisogna quindi partire dall'analisi della domanda, ossia vedere chi è interessato a venire in montagna e quali sono i motivi che lo spingono a raggiungere queste mete. Il target su cui punta la zona alpina al giorno d'oggi è per lo più quello delle famiglie e degli anziani, che si recano in questi luoghi per praticare sport come il trekking o lo sci, o semplicemente per rilassarsi e beneficiare dell'aria pura di queste zone.

Attraverso un'attenta analisi dei bisogni di questa tipologia di clienti è possibile decidere su quali risorse puntare per rendere nota la località montana e aumentare le presenze durante tutto il periodo dell'anno.

Infatti, il successo di alcune delle più note località turistiche montane è legato alla possibilità di offrire un prodotto vincente sia per la stagione estiva che per quella invernale, ampliando i servizi dedicati ai bambini ed agli amanti delle attività sportive, modernizzando le strutture ed i servizi, e mantenendo vive le tradizioni e la cultura locale. Attraverso queste attività anche le località alpine più marginali possono divenire così dei sistemi territoriali completi per una vacanza (CISSET, 2009).

Il turista di oggi è sempre più alla ricerca di posti nuovi e mai visti e di esperienze uniche ed irripetibili, capaci di generare in lui delle emozioni e delle sensazioni particolari. L'obiettivo di una destinazione sarà quindi quello di creare un'esperienza di viaggio e di soggiorno, che colpisca la sfera sensoriale dell'ospite, rendendo memorabile la sua vacanza.

Un'esperienza viene considerata di successo solamente nel momento in cui crea valore per il turista, e lo spinge a ritornare per rivivere le emozioni che sono ad essa legate. Proprio per questo ciò che devono promuovere le destinazioni turistiche non è più il prodotto in sé, ma è tutto ciò che ruota attorno all'ambito sensoriale ed emotivo di questo prodotto, capace di creare nel tempo un legame di fedeltà con il turista (Addis, 2007).

Una destinazione quindi deve innanzitutto essere in grado di differenziare la sua immagine da quella delle altre destinazioni, migliorando l'idea che il turista ha della montagna in generale, o della zona in particolare. Creando un'immagine di serenità, relax e benessere, e allo stesso tempo di avventura, la destinazione dimostrerà così di essere capace di soddisfare le richieste del turista di oggi.

In secondo luogo bisogna far conoscere le risorse presenti nel territorio: dalle attività ricettive e di ristorazione, a quelle commerciali, artigianali e dei servizi, fino agli eventi e alle manifestazioni organizzate nelle singole località.

Uno dei problemi principali delle zone di montagna è relativo alla frammentazione dell'offerta. Molto spesso quando si parla aree turistiche montane, non si ha un'idea d'insieme di ciò che offre la località, ma piuttosto si conoscono le singole unità che sono presenti nel territorio. La gente che vive in questi posti è molto legata alla sua terra e questo attaccamento genera spesso un comportamento ostile non solo nei confronti dei turisti, ma anche verso gli abitanti delle zone limitrofe, visti come concorrenti piuttosto che come alleati. Ciò crea un'immensa difficoltà nel portare avanti delle collaborazioni territoriali per la realizzazione di un'offerta turistica sistemica (Andreotti-Macchiavelli, 2008).

La creazione di un prodotto turistico globale, che vada a racchiudere tutte le attività e i servizi di una destinazione è necessario per promuovere in toto la località, dando un'idea generale di ciò che il turista può trovare una volta raggiunta la meta. Sarà il visitatore poi che in base alle proprie preferenze, selezionerà gli elementi che andranno ad arricchire la sua esperienza.

Per riuscire a sviluppare un sistema turistico che sappia usufruire nella maniera corretta delle proprie risorse, bisogna quindi: mappare le realtà locali che costituiscono l'area presa in considerazione; cercare di creare delle relazioni per lo sviluppo di una rete locale; e infine portare avanti dei progetti di comunicazione e di promozione turistica cartacea e via web.

Ma rendere nota e allo stesso tempo tutelare una località montana non è facile. Per riuscire a valorizzare e promuovere turisticamente le risorse presenti in un territorio senza apportare degli effetti negativi, bisognerà quindi:

- Mappare le risorse turistiche materiali e immateriali della località presa in considerazione;
- Cercare di creare politiche unitarie e coordinate tra le aziende;
- Individuare ed integrare le risorse e le eccellenze turistiche locali e promozionali;
- Organizzare attività di tipo sostenibile che rendano partecipi le comunità (locale e turista);
- Attuare dei piani strategici di promozione, marketing e comunicazione del territorio;

- Progettare itinerari tematici;
- Creare eventi legati alle specificità del territorio;
- Progettare un portale che permetta la promozione via internet;
- Organizzare workshop e incontri per pubblicizzare tutto ciò che è inerente all'attività turistica.

Ecco quindi che la presenza di risorse in un territorio non basta per rendere nota la località. Non solo bisogna proteggere il patrimonio naturale e culturale, promuovendo azioni che sostengano i principi di sostenibilità e mantenendo intatte le risorse di cui gode la montagna; ma è anche necessario saperle promuovere nella maniera corretta.

Al giorno d'oggi i turisti vanno sempre più spesso alla ricerca della diversità che è caratteristica delle zone montane, sentendo sempre più il "bisogno di natura e di cultura".

A soddisfare questo bisogno ci pensano quelli che sono definiti oggi *nuovi turismi*<sup>27</sup>, cercando di proporre degli itinerari di qualità, che sappiano da un lato valorizzare il patrimonio naturale e culturale della località, dall'altro pubblicizzare le zone limitrofe dando un nuovo impulso a quello che si può definire ecoturismo<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Con il termine "nuovi turismi" possono essere considerate ad esempio le Greenway o le Blueway.

<sup>28</sup> Un'attività che può essere ritenuta ecoturismo, è quella praticata lungo le Alte Vie delle Dolomiti, di cui tratteremo nel prossimo capitolo.

#### **4. LE ALTE VIE DELLE DOLOMITI**

Esistono diversi modi di andare in montagna, ma ognuno di questi modi riflette il bisogno di ammirare, conoscere, capire la natura che circonda e caratterizza questi luoghi.

Nonostante tutti i cambiamenti che hanno influenzato la domanda turistica, rendendola sempre più esigente e sempre più alla ricerca di nuove forme di turismo, l'escursionismo è ancora oggi considerato il modo più intelligente per avvicinarsi a questo meraviglioso mondo, così puro, incontaminato e lontano dal ritmo frenetico tipico della vita cittadina.

Quest'attività è molto spesso abbinata alla caccia fotografica, all'osservazione di fenomeni geologici e dei fossili, al riconoscimento delle specie vegetali e in generale alla scoperta di quelle forme biologiche e di quel complesso di fenomeni che avvengono nel bosco. È attraverso l'escursionismo infatti che il turista montano riesce a mettersi in contatto diretto con l'ambiente che lo circonda.

Dal XIX secolo le Dolomiti, conosciute anche come "Monti Pallidi", sono state una meta turistica frequentata ed apprezzata. A partire dai primi scalatori, che hanno aperto vie e sentieri tra le aspre rocce di questa catena alpina, fino ai giorni nostri questi luoghi hanno sempre suscitato un grande fascino per tutti coloro che amano le sfide e il contatto con la natura.

L'eccezionale bellezza dei paesaggi, la straordinaria importanza geologica e geomorfologica, nonché quella naturalistica, ancora oggi portano numerosi turisti e viaggiatori a scegliere i paesi e le vallate dolomitiche per le proprie vacanze.

In questo capitolo esamineremo come la nascita dei percorsi denominati "Alte Vie" ha saputo promuovere e valorizzare a livello turistico la zona dolomitica, proponendo degli itinerari di qualità in grado di pubblicizzare e allo stesso tempo di tutelare le bellezze naturali di questi luoghi.

##### **4.1 La zona dolomitica: quadro storico-geografico**

Con il termine Dolomiti si intende quell'insieme di gruppi montuosi, che si ergono a formare una serie di guglie, che il grande architetto Le Corbusier definì "i più impressionanti edifici del mondo".

Situate fra l'Europa continentale e il mare Adriatico, le Dolomiti comprendono un territorio delimitato a nord dalla Rienza e dalla Val Pusteria, a ovest dall'Isarco e dall'Adige, a sud dal fiume Brenta da cui si stacca la Catena del Lagorai al confine con la Val di Fiemme e a est dal fiume Piave e dal Cadore.

Il nome di queste montagne proviene dal naturalista francese Déodat de Dolomieu (1750-1801), che per primo studiò il particolare tipo di roccia predominante in questa regione. Nel 1792 egli si rese conto che questi monti si diversificavano dal resto delle Alpi in quanto antichi fondali emersi dal mare, formati da coralli e conchiglie. Il tipo di roccia che caratterizzava queste montagne era costituito da un minerale nuovo fin allora sconosciuto (carbonato doppio di calcio e magnesio), che in suo onore venne battezzato dolomia<sup>29</sup>.

A seguito di questa scoperta geologi, interessati a vedere dal vivo questo tipo di roccia, e in seguito naturalisti, alla ricerca di nuove piante e animali, cominciarono a recarsi in queste zone. Sulla loro scia giunsero poi i viaggiatori, che ne descrissero le bellezze nei loro diari; ed infine fu la volta degli esploratori, che ne raggiunsero le vette, e degli alpinisti, che le elessero a palcoscenico di spettacolari imprese. Oggi le Dolomiti sono diventate meta turistica per molti escursionisti e villeggianti, che si recano in queste zone per vivere un'esperienza unica a contatto con la natura.

La macroarea dolomitica comprende dei territori che fanno parte di tre diverse Regioni italiane (Veneto, Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige), per questo uno dei problemi principali riguarda la creazione di un sistema di informazione di qualità senza frontiere. A fronte dei continui mutamenti dei mercati turistici sempre più imprevedibili, garantire un'adeguata informazione ai turisti ed ai visitatori diventa uno degli aspetti più importanti per la competitività di una destinazione turistica come la zona dolomitica. È in quest'ambito che è nato il progetto europeo "DolomInfoQuality-sviluppo e monitoraggio transfrontaliero della qualità dell'informazione turistica"; un'iniziativa finanziata nell'ambito del programma

---

<sup>29</sup> La genesi di questo tipo di roccia carbonatica iniziò attraverso accumuli di conchiglie, coralli e alghe calcaree in ambiente marino e tropicale. Sul fondo del mare si accumularono centinaia di metri di sedimento che, sotto il loro stesso peso e perdendo i fluidi interni, si trasformarono in roccia. Successivamente, lo scontro tra la placca europea e la placca africana (orogenesi alpina) fece emergere queste rocce innalzandole oltre 3000 m sopra il livello del mare.

L'innalzamento delle rocce dolomitiche è tutt'ora in corso.

Interreg IV Italia-Austria<sup>30</sup>, che coinvolge i territori delle province di Belluno, dell'alta Val Pusteria e del Ostirol.

Gli obiettivi di questo progetto sono:

- Lo sviluppo di metodologie e strumenti comuni e condivisi a livello transfrontaliero per l'erogazione dell'informazione turistica;
- Il trasferimento e l'adattamento, a livello transfrontaliero, di specifici strumenti per il monitoraggio della qualità del servizio di informazione;
- L'incremento della professionalità degli addetti dell'informazione turistica attraverso percorsi di formazione e momenti di scambio tra le strutture coinvolte nell'area transfrontaliera, anche con il supporto di nuove tecnologie.

Attraverso un lavoro lungo e complesso si è riusciti tramite questo progetto a valorizzare e promuovere l'area dolomitica, caratterizzata da una spiccata vocazione turistica, grazie soprattutto all'eccezionale patrimonio naturalistico presente.

Inoltre per tutelare i valori geologico, geomorfologico e paesaggistico, nel 2009 le Dolomiti sono state dichiarate dall' UNESCO<sup>31</sup> Patrimonio Naturale dell' Umanità.

L'idea di riconoscere le Dolomiti come un sito UNESCO nacque già negli anni 90, anche se la candidatura venne resa ufficiale solo nel 2005.

Il territorio che rientra a far parte del Patrimonio dell'Umanità è relativamente ristretto, ma comprende ben cinque province con ordinamenti diversi, dove si parlano quattro lingue (italiano, tedesco, ladino e friulano).

---

<sup>30</sup> Si tratta di un programma Operativo di cooperazione transfrontaliera Italia-Austria dell'Obiettivo "cooperazione territoriale europea" 2007-2013-[www.interreg.net](http://www.interreg.net)

<sup>31</sup> L'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura, fu fondata nel 1946 a Parigi, dopo che una ventina di stati avevano accettato l'Atto costitutivo, redatto l'anno prima a Londra. Attualmente l'UNESCO è formato da 195 Stati membri ed è organizzato in tre organi: la Conferenza Generale, il Consiglio Esecutivo e la Segreteria. La missione dell'UNESCO è quella di contribuire alla costruzione della pace, all'eliminazione della povertà, allo sviluppo sostenibile e al dialogo interculturale, reso possibile dall'educazione, la cultura, le scienze, la comunicazione e l'informazione.

Uno degli obiettivi principali dell' UNESCO è quello di mantenere una lista di patrimoni dell'umanità, ossia dei siti di importanza culturale o dal punto di vista naturalistico, la cui conservazione e sicurezza è ritenuta importante per la comunità mondiale.

Dal momento in cui sono entrate a far parte del Patrimonio dell'Umanità, i Paesi inclusi nel territorio dolomitico devono impegnarsi nella protezione, nella pianificazione strategica e nella salvaguardia del bene in questione, come riportato dalla Convenzione Internazionale per l'identificazione e la protezione del patrimonio naturale e culturale, adottata dall'UNESCO nel 1972.

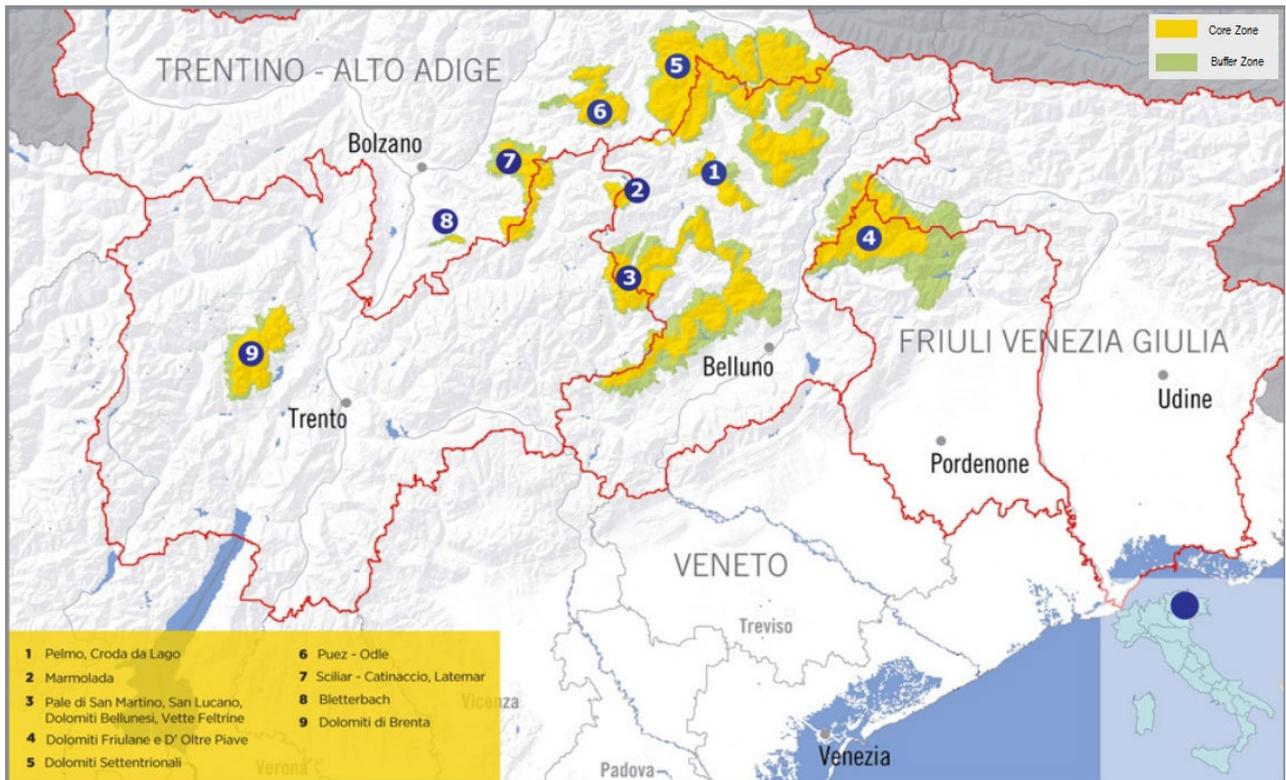
L'iter di candidatura per la zona dolomitica si è svolto in due fasi:

1. Tra il 2006 e il 2007 sono stati proposti 27 siti (poi accorpati in 13) che rispettavano tutti e quattro i criteri previsti per i beni naturali, con un totale di 130.000 ettari di aree cuore e 103.000 ettari di aree cuscinetto. Questa prima proposta venne però deferita dagli ispettori della IUCN<sup>32</sup>, con la richiesta di riproporla solo secondo i criteri di eccezionale bellezza naturale ed eccezionale valore geologico e geomorfologico.
2. Tra il 2008 e il 2009 i siti proposti sono ridotti a 9, per un totale di 142.000 ettari di aree cuore e 89.000 di aree cuscinetto. Questa proposta venne accettata il 26 giugno 2009 a Siviglia.

---

<sup>32</sup> La IUCN o International Union for Conservation of Nature, fondata nel 1948, è la prima organizzazione che si occupa delle problematiche ambientali di tutto il pianeta. Anche se possiede ben 45 uffici sparsi in Europa, Africa, America e Asia, la sede principale è in Svizzera.

**Fig. 4.1 SITI ISCRITTI NELLA LISTA UNESCO**



Fonte: [www.dolomitiproject.it](http://www.dolomitiproject.it)

Per entrare a far parte del Patrimonio dell'Umanità un determinato sito deve soddisfare almeno uno dei criteri stabiliti dall'UNESCO<sup>33</sup>. Nel caso delle Dolomiti due sono i criteri che vengono rispettati:

- Il Criterio VII, relativo alla spettacolarità e alla drammaticità dei valori scenografici, che hanno reso questo gruppo montuoso un punto di riferimento nella cultura occidentale per l'estetica del sublime<sup>34</sup>.
- Il Criterio VIII, relativo all'importanza geologica e geomorfologica, che fa delle Dolomiti una specie di Museo d'alta quota a cielo aperto e che permette di interpretare e di studiare l'evoluzione della Terra (Furlanis et al., 2009).

<sup>33</sup> I criteri Fino alla fine del 2004 per essere inserito nella lista doveva rispondere, oltre al criterio di autenticità, ad uno o più criteri scelti da un elenco di 6 criteri per i siti culturali e di 4 criteri per i siti naturali. Con l'adozione delle Linee Guida operative dal 2005, esiste un unico elenco di criteri.

<sup>34</sup> Caratteristiche distintive ne sono il contrasto di colori e forme, e la fisionomia particolare, caratterizzata da sistemi montuosi quasi perfettamente isolati gli uni rispetto agli altri.

Rientrare a far parte del Patrimonio Mondiale è il risultato di una severa selezione in cui l'affermazione dell'unicità e dell'eccezionale valore universale degli aspetti geologici-geomorfologici ed estetico-paesaggistici delle Dolomiti corrisponde al riconoscimento che tali valori sono adeguatamente rappresentati e protetti. Il valore aggiunto di maggior rilievo che un territorio può ricevere dal riconoscimento a Patrimonio dell'Umanità è l'assunzione di responsabilità collettiva che, se ben gestita, può essere trasformata in una maggior consapevolezza e sollecitazione progettuale.

La responsabilità e l'impegno da parte delle amministrazioni a garantire questi valori universali nel tempo, che con il riconoscimento non sono più solo rivolti ai propri territori ma al mondo intero, avranno come conseguenza una diversa consapevolezza della propria posizione nel contesto globale e forniranno lo stimolo a ragionare sui temi della montagna (specificità culturale, paesaggio e patrimonio geologico, sviluppo sostenibile e turismo) secondo un'ottica di apertura e di confronto.

Una volta ricevuta l'investitura, gli Stati che fanno parte della Commissione dovranno fare rapporto alla Fondazione "Dolomiti-Dolomiten-Dolomites-Dolomitis Unesco"<sup>35</sup>, che ha il compito di tenere sotto controllo la legittimità delle azioni in relazione ai beni, e di capire se i valori che hanno fatto rientrare questi beni tra il Patrimoni dell'Umanità, sussistano ancora.

La Fondazione costituisce quindi l'organo fondamentale per lo sviluppo del progetto UNESCO e funge da interfaccia con la quale i singoli cittadini possono rivolgersi, per ricevere informazioni riguardo alle opportunità che questo riconoscimento introduce, e per essere coordinati in modo efficace nelle iniziative mirate alla realizzazione dello stesso.

Grazie all'aiuto di associazioni ambientaliste, delle amministrazioni locali, delle istituzioni e grazie al contributo della Comunità Internazionale, sono stati definiti dei programmi di sviluppo e di gestione del territorio dolomitico e delle sue risorse<sup>36</sup>. Da non dimenticare è anche la collaborazione della popolazione locale, che non solo funge da custode naturale di

---

<sup>35</sup> La Fondazione Dolomiti - Dolomiten - Dolomites - Dolomitis UNESCO ha sede legale e fiscale presso la Provincia di Belluno ed è dotata di cinque sedi operative collocate presso ciascuna delle Province fondatrici, in modo da assicurare un sistema gestionale efficiente e integrato. La presidenza della Fondazione è passata il 12 giugno 2013 alla provincia di Bolzano. La sede amministrativa della Fondazione Dolomiti - Dolomiten - Dolomites - Dolomitis UNESCO attualmente è sita a Cortina d'Ampezzo, provincia di Belluno, nel cuore delle Dolomiti Settentrionali. Gli uffici sono ospitati da marzo 2011 nello storico e prestigioso palazzo del "Comun Vecio".

<sup>36</sup> Come ad esempio il Tourism Program promosso dalla World Heritage Sites che prevede tre livelli di intervento: l'aumento della capacità di pianificare e gestire il settore turistico; la costituzione di una partnership strategica per un turismo sostenibile come strumento di conservazione nei siti; l'impegno dell'industria turistica nel rivolgere l'attenzione ai benefici derivati da programmi di tutela.

questi territori ma, attraverso le attività e l'informazione, è in grado di conservare e valorizzare nella maniera corretta il bene in questione.

Con il riconoscimento di Patrimonio dell'Umanità le Dolomiti hanno saputo da un lato promuovere ulteriormente la zona montana a livello turistico, dall'altro attraverso quest'attività adeguatamente monitorata, sono riusciti a ridare vita all'economia di questi luoghi.

Ciò che si cerca di promuovere quindi in queste zone, anche attraverso il marchio UNESCO, è una tipologia di turismo sostenibile e rispettoso dell'ambiente, che da un lato costringa non solo il locale ma anche il turista ad agire da persona consapevole; e dall'altro sia in grado di valorizzare i rapporti tra esseri umani e ambiente, insieme con gli aspetti culturali, le espressioni artistiche e le tradizioni di una comunità. Attraverso lo sviluppo di quest'attività sarà possibile mantenere intatta la condizione dei siti presi in considerazione.

#### **4.2 Antecedenti storici: l'alpinismo**

Come tutte le manifestazioni dell'attività umana, l'alpinismo ha origini incerte.

Fin dai tempi più antichi la catena montuosa delle Alpi era familiare alla popolazione locale, che pur dovendola scavalcare ripetutamente per attuare degli spostamenti, trascurava le vette e le cime più aspre.

Prima del 1700 la zona alpina rappresentava un territorio ignoto, privo di risorse di interesse e ritenuto popolato da creature malvagie e sovrannaturali. La gente di montagna si recava in alta quota solo per motivi di sopravvivenza e furono infatti attività come la caccia, il pascolo degli animali o lo sfalcio dei prati a spingere la popolazione locale ad avventurarsi tra i pericoli delle cime. Con l'avvento dell'Illuminismo si accese la curiosità di scienziati per le bellezze, la morfologia, la geologia di questi luoghi. Attraverso il razionalismo tipico di questo periodo, gli studiosi interessati all'alta montagna cominciarono ad avventurarsi tra le Alpi, con lo scopo di esplorare e rendere note le risorse di un territorio che fino ad allora era rimasto inesplorato<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> L'avvento di scienziati e studiosi mise luce sulle oscure credenze popolari che da tempo arricchivano le leggende legate a questi luoghi. Numerose erano le storie di streghe, fate orchi, draghi e serpenti che secondo questi racconti abitavano le cime più alte di queste montagne.

La nascita dell'alpinismo viene fatta coincidere con la data della conquista della cima del Monte Bianco: l'8 agosto del 1786.

Nota come la cima più alta della catena alpina europea, il Monte Bianco da sempre aveva affascinato studiosi e ricercatori, e nel 1740 attirò l'attenzione di un professore svizzero Horace Benedict de Saussure, che in quegli anni stava effettuando degli studi sulla rarefazione dell'ossigeno in alta quota. Proprio per questo motivo nel 1760 Saussure offrì un premio in denaro a chiunque fosse riuscito a scalare la cima di questo monte. Molti svizzeri, inglesi e italiani tentarono l'impresa, ma solo Michel-Gabriel Paccard e Jacques Balmat riuscirono nell'impresa e raggiunsero la vetta nell'estate del 1786 (AA. VV., 1971).

Nel mezzo secolo successivo ci fu una vera e propria invasione delle Alpi. Se i primi avventurieri avevano avuto bisogno della giustificazione scientifica per non essere considerati dei pazzi, lentamente cominciò a farsi strada una nuova concezione dell'andare per i monti. In questo periodo si poteva scalare una montagna per il puro piacere di affrontare e vincere le difficoltà, le sfide e i pericoli legati a questi territori; si poteva andare in montagna per scoprire le bellezze incontaminate e le cime maestose, e per godere appieno del contatto diretto con la natura.

Durante il XIX secolo l'alpinismo si diffuse in tutto il mondo, fino a divenire uno sport che, per quanto imprecise, aveva già le sue regole e richiedeva delle particolari doti fisiche e morali. In questo periodo le grandi stazioni alpine divennero centri attivissimi dove le guide attendevano i loro clienti, sempre più numerosi.

A metà degli anni 50 dell'Ottocento nascono le prime associazioni alpine<sup>38</sup>. Queste, sviluppatasi all'inizio come dei semplici gruppi di simpatizzanti della montagna, divennero poi veri e propri Club di professionisti in grado di rendere nota la loro attività anche attraverso resoconti, guide, riviste specializzate e carte topografiche.

Con il passare degli anni i giovani, non contenti di ripercorrere gli itinerari di chi gli aveva preceduti, cercarono di aprire nuove vie e nuovi percorsi, che richiedevano un continuo perfezionamento delle tecniche e delle attrezzature.

---

<sup>38</sup> A partire dalla seconda metà dell'800 le prime associazioni alpinistiche ad essere create furono: l'Alpine Club inglese nel 1857, l'Österreichischer Alpenverein austriaco nel 1862, il Club Alpino Italiano (C.A.I.) nel 1863, la Società degli Alpinisti Tridentini (S.A.T.) nel 1872, il Club Alpino Francese nel 1874.

Dopo il primo conflitto mondiale l'attività alpinistica risentì delle gravi difficoltà economiche e sociali, si cominciò ad andare in montagna senza l'aiuto delle guide, le quali si ritrovarono private dei ricchi clienti.

Dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale vennero costruite teleferiche e funivie, che accorciarono le lunghe marce di avvicinamento alle vette; e rifugi e bivacchi vennero rimodernati e resi più confortevoli secondo la moda e le esigenze del tempo.

Le innovazioni tecniche di quell'epoca si diffusero ovunque, innalzando il livello medio degli alpinisti. Grazie alla creazione di scuole nazionali e di corsi di istruzione e di perfezionamento alpino, si offrì inoltre la possibilità anche alla popolazione cittadina dilettante di diventare dei veri e propri alpinisti o guide di professione.

Dopo un secolo di cambiamenti in ambito economico, che hanno influenzato i flussi turistici inerenti alle zone di montagna, si può dire che le Alpi rimangono tutt'oggi una meta molto ambita dagli escursionisti e dagli alpinisti. Il turista moderno, sempre pronto a mettersi alla prova, ricerca nell'ascesa la gioia indescrivibile della conquista, e il trionfo sulle proprie paure e debolezze.

### **4.3 Nascita e funzione delle Alte Vie delle Dolomiti**

Per quanto riguarda le cime dolomitiche, esse vennero scoperte durante l'epoca d'oro dell'alpinismo. Nel 1837 John Murray pubblicò a Londra una guida dal titolo "A Handbook for Travellers in Southern Germany", che rese noti i monti dolomitici e incuriosì con le sue descrizioni moltissimi geologi, botanici e alpinisti. I pochi viaggiatori e turisti che giungevano qui prima del 1860 erano quasi esclusivamente inglesi. Tra loro vi fu il naturalista e alpinista John Ball, il quale, nel 1857, scalò una delle più famose cime dolomitiche, il Pelmo, dando il via ad una nuova epoca, quella della conquista delle Dolomiti. Dopo di lui altri famosi alpinisti si recarono in questi luoghi con lo scopo di raggiungere la cime di quelli che venivano definiti "Monti Pallidi"<sup>39</sup>. Negli anni successivi tutte le vette, le torri ed i campanili furono conquistati con vie di sempre maggior difficoltà tecnica<sup>40</sup>.

L'attrezzamento sistematico di percorsi alpini ebbe inizio negli anni Trenta del Novecento, quando la S.A.T. (Società Alpinisti Tridentini, affiliata con il C.A.I, Club Alpino Italiano) si

---

<sup>39</sup> Uno dei più famosi alpinisti, noto alla storia come il "re delle Dolomiti" fu Paul Grohmann, che nel 1862 raggiunse alcune delle vette più belle di questa catena montuosa.

<sup>40</sup> "La conquista delle vette dolomitiche", <http://www.abcdolomiti.com/storiaalpinistica.htm>

preoccupò di rifornire di infissi certi lunghi itinerari di accesso alle più note vie di scalata del Gruppo Brenta. Nacque così la “Via delle Bocchette”, che in poco tempo divenne il più famoso percorso attrezzato delle Dolomiti e venne preso come modello per la costruzione di altre vie e sentieri di montagna (Frass, 1972).

A causa della continua crescita dei flussi di escursionisti, sempre più attratti da questi luoghi, ideali per fare trekking e stare a contatto con la natura, negli anni Sessanta del Novecento vennero create le cosiddette “Alte Vie delle Dolomiti”.

Si tratta della combinazione di una serie di percorsi su sentieri d’alta montagna che, essendo collegati a catena ed utilizzando la possibilità di appoggio su un certo numero di rifugi, propongono l’effettuazione di lunghe traversate secondo programmi prestabiliti, studiati per assicurare una buona remuneratività delle traversate stesse. Esse si sviluppano tutte da nord a sud, e progressivamente in senso trasversale da ovest a est. I tracciati seguiti dai percorsi delle Alte Vie hanno la particolarità di mantenersi in quota, portando coloro che le percorrono a scendere al fondovalle soltanto quando ciò sia indispensabile.

La prima Alta Via delle Dolomiti nacque nel 1966, quando all’interno di una rivista tedesca intitolata “Alpinismus”, venne proposto da Toni Hiebeler (direttore della stessa) il percorso che dalla Val Pusteria raggiunge la Valle del Piave e quindi Belluno. L’idea di costituire questo tracciato partì con l’obiettivo di promuovere un nuovo legame tra il mondo germanico e quello italiano, ancora segnati dalle memorie e dai ricordi della Seconda Guerra Mondiale<sup>41</sup>. In Italia l’Alta Via diventò celebre grazie a Piero Rossi<sup>42</sup>, che nel 1969 pubblicò sulla rivista intersezionale del CAI il primo articolo in italiano sul sentiero. Qualche mese più tardi, grazie ai fondi dell’Ente Provinciale per il Turismo, venne stampata la prima guida. (Zandonella, 2005). Questa splendida traversata che, dalla bella vallata di Braies in Pusteria, attraverso le celeberrime cattedrali dolomitiche giunge a Belluno, venne pubblicata in un volumetto che s’intitolava “Alta Via delle Dolomiti” e recava il numero 1. Di qui tutte le pubblicazioni successive relative a tracciati con le medesime caratteristiche della prima Alta Via, vennero intitolate con lo stesso nome e seguirono in ordine cronologico.

---

<sup>41</sup> Nel Bellunese negli anni Sessanta sono ancora vivi i ricordi dei rastrellamenti delle SS e della Wehrmacht contro le formazioni partigiane. In Alto Adige scoppiano ancora bombe degli estremisti che vogliono la secessione dall’Italia.

<sup>42</sup> Piero Rossi giornalista e scrittore degli anni Sessanta oltre ad essere uno dei promotori dell’Alta Via n 1, fu anche uno dei primi a battersi per il Parco delle Dolomiti Bellunesi.

Oggi le Alte Vie delle Dolomiti sono dieci, ad ognuna è attribuito un numero e una denominazione, relativa o alle componenti del paesaggio che le caratterizza (flora e fauna), o relativa a personaggi di una certa notorietà, che ebbero con queste montagne un legame particolare<sup>43</sup>.

Le prime cinque Alte Vie collegano l'Alto Adige con il Bellunese; la numero 6 e la numero 7 attraversano invece le Dolomiti d'Oltre Piave per proseguire poi sulle Dolomiti dell'Alpago e del Nevegal; la numero 8 e la numero 10 si spostano nettamente più a ovest al confine tra Alto Adige e il Trentino; e per finire la numero 9 unisce Bolzano al Comelico, toccando le Dolomiti di Sesto. In tutto un migliaio di chilometri di sentieri, spesso facili ma con tratti impegnativi, in zone allo stesso tempo frequentate e selvagge (Meridiani Montagne, 2012).

Le Alte Vie delle Dolomiti possono quindi essere così suddivise:

- L'Alta Via n.1 denominata "La classica": che parte dal lago di Braies e conduce a Belluno;
- L'Alta Via n.2 denominata "Delle leggende": che va dalla Val d'Isarco a Feltre;
- L'Alta Via n.3 denominata "Dei Camosci": che parte da Villabassa e arriva a Longarone;
- L'Alta Via n.4 denominata "Di Grohmann" da San Candido a Pieve di Cadore;
- L'Alta Via n.5 denominata "Di Tiziano": che va da Sesto a Pieve di Cadore;
- L'Alta Via n.6 denominata "Dei silenzi": che va dal Comelico-Sappada a Vittorio Veneto;
- L'Alta Via n.7 denominata "Di Patèra": che va dalle Prealpi Carniche all'Alpago;
- L'Alta Via n.8 denominata "Degli eroi" che parte da Feltre a Bassano del Grappa;
- L'Alta Via n.9 denominata "Trasversale": che va da Bolzano a Sesto;
- L'Alta Via n.10 denominata "Della Mendola, del Brenta e delle Alpi di Ledro": che da va da Bolzano al Lago di Garda.

---

<sup>43</sup> Ad esempio l'Alta Via n.2 è detta "delle leggende" poiché su tutto il percorso si respira l'aria fiabesca delle antiche saghe, delle *Historie* pagane e religiose, dei crudeli uomini selvaggi vestiti di fronde, dei giganti, delle fate, delle anguane, delle streghe malefiche, dei fauni, delle ninfe e degli orchi.

L'Alta Via n.7 invece è stata dedicata all'austriaco Patera, un grande pioniere dell'alpinismo che a inizio Novecento si spinse alla scoperta di queste montagne così particolari e selvagge.

Gli itinerari delle Alte Vie delle Dolomiti hanno una durata media di due settimane circa, ma si prestano naturalmente anche a dei tragitti più brevi di poche ore.

Alcune volte le Alte Vie diventano parte di un percorso più lungo. È il caso dell'Alta Via n.1, che è entrata a far parte del tracciato che collega Monaco a Venezia, un itinerario di un mese che è sempre più popolare in Germania; o dell'Alta Via n.2, che grazie ai fondi dell'Unione Europea, è entrata a far parte della Alta Via Europa, un percorso che parte da Innsbruck, (con l'Alta Via Wipptal) passa per il Brennero e da qui prosegue poi fino a Feltre attraverso l'Alta Via delle Leggende. Infine ricordiamo anche l'Alta Via n.6, entrata a far parte dell'Alta Via Europa, che collega la parte austriaca a nord di Lienz (Alta Via Großglockner-Peralba) con l'Alta Via dei Silenzi, passando per le Alpi Carniche.

Ciascuna Alta Via prevede una serie di tappe giornaliere, che generalmente si concludono in un rifugio custodito dov'è possibile consumare il pasto serale, pernottare ed eventualmente fare anche qualche provvista per il giorno successivo. Per molti tratti dell'itinerario base, sono previste delle varianti di percorso idonee a soddisfare la capacità di ciascun escursionista.

Nel corso degli anni i vari percorsi proposti subiscono delle leggere modifiche, a causa dei mutamenti nella morfologia dei luoghi presi in considerazione e a causa degli interventi preposti alla manutenzione e all'attrezzatura dei vari tratti del percorso. Tuttavia le modifiche apportate, e quindi citate nelle pubblicazioni successive, non sono mai andate ad intaccare l'originalità del percorso (Berti, 1991).

Gli itinerari di base si svolgono su sentieri non particolarmente impegnativi per un buon escursionista e sono sempre attrezzati nei passaggi o nei tratti più difficili. Per i più esperti vengono proposte alternative al percorso classico, con varianti che consistono in escursioni più tecniche, che salgono a toccare le vette più alte dei vari gruppi dolomitici<sup>44</sup>.

Ma chi sono coloro che si recano in queste zone? E quali sono i motivi che spingono il turista a percorrere queste vie?

---

<sup>44</sup> Solitamente i sentieri vengono classificati in: sentieri turistici, sentieri escursionistici, sentieri escursionistici esperti, sentieri escursionistici esperti e attrezzati. Questa differenziazione viene fatta in base alla difficoltà di percorrenza del tracciato.

I turisti che si recano nelle Dolomiti possono essere suddivisi in due segmenti: quello dei clienti fidelizzati e quello dei clienti “esploratori”.

Circa il 70% del portafoglio della domanda relativo all’area Dolomitica è costituito da ospiti fidelizzati, in maggioranza italiani, che hanno una certa esperienza in tutto ciò che riguarda la destinazione. Questo settore è costituito per lo più da persone di un’età matura, tra i 46 e i 65 anni, con una permanenza media di due settimane e un budget che varia tra i 500 e i 1500 euro.

Il restante 30% è invece costituito dai clienti nuovi, la maggior parte stranieri, che giungono per la prima volta nelle Dolomiti. Questo segmento è costituito per lo più da giovani di età inferiore ai 30 anni, con una permanenza media di una settimana e un budget che resta sui 500 euro.

Uno degli aspetti più interessanti che vengono alla luce confrontando i due segmenti è che tutti e due i gruppi sono costituiti da turisti “fai da te”, ossia turisti che creano da se la loro vacanza, la maggior parte delle volte informandosi attraverso il passaparola ed effettuando le prenotazioni solo una volta raggiunta la meta (Macchiavelli, 2006).

Le motivazioni che spingono questi due gruppi di turisti a trascorrere le vacanze sulle Dolomiti sono relative soprattutto alla possibilità di praticare attività sportiva all’aria aperta a stretto contatto con la natura.

Al giorno d’oggi le cosiddette attività Outdoor<sup>45</sup> sono in continua crescita un po’ in tutta Europa.

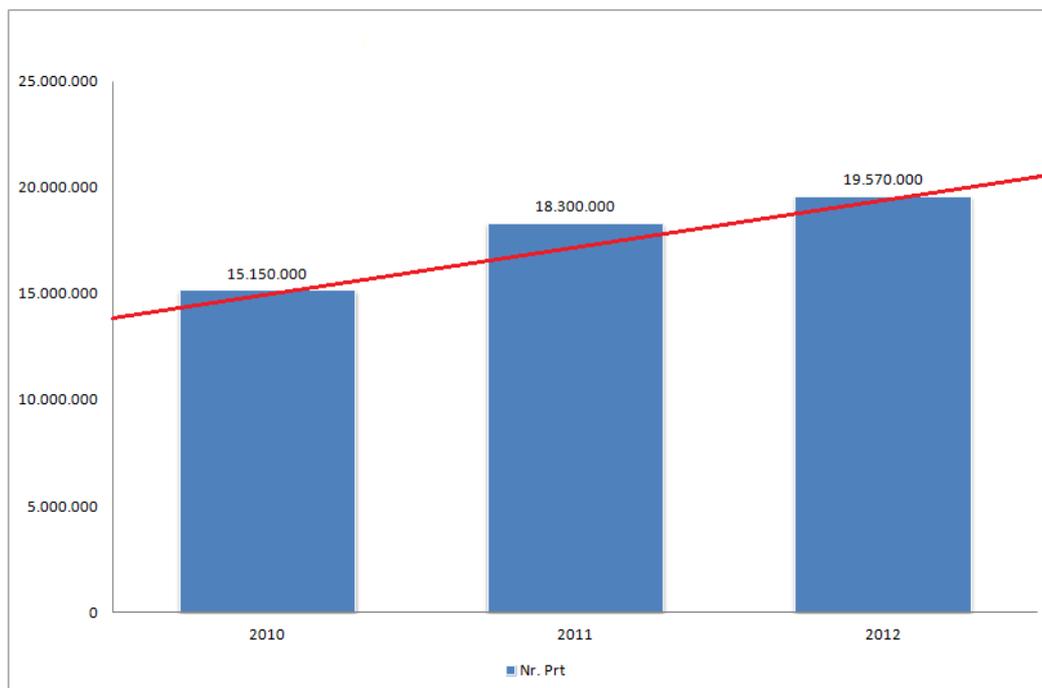
Infatti sono sempre di più le persone che si recano in montagna per praticare delle attività a contatto con la natura in grado di suscitare emozioni nuove e sensazioni estreme. Per questo coloro che si dedicano a queste attività, in grado di far scoprire luoghi incontaminati carichi di fascino e allo stesso tempo in grado di arricchire il bagaglio di esperienza del turista, sono in continuo aumento.

Il grafico seguente mette in risalto la crescita che questo mercato ha avuto a livello europeo negli ultimi anni.

---

<sup>45</sup> Con questo termine si intendono tutte quelle attività ricreative praticate in spazi aperti, nella natura, in luoghi il più possibile lontani dalle realtà aziendali. Alcuni esempi di queste attività possono essere: alpinismo, trekking, sci d’alpinismo, arrampicata, barca a vela, ponte tibetano. Gli elementi che caratterizzano queste attività sono: la sperimentazione attiva e il coinvolgimento della sfera cognitiva ed emotiva, piuttosto che quella razionale.

**Fig. 4.2 MERCATO ATTIVITA' OUTDOOR EUROPA**

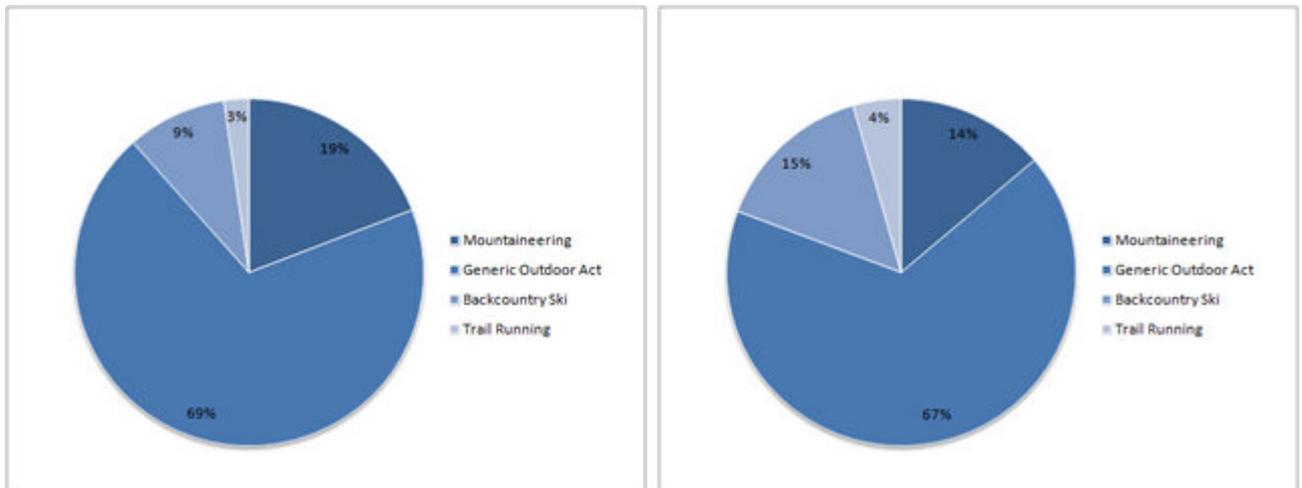


Fonte: European Outdoor Group.

Come si può notare dal 2010 al 2012 si è passati dai 15 milioni ai 20 milioni di praticanti, apportando una crescita del 30% in soli due anni.

Nel grafico seguente invece possiamo vedere i mutamenti avvenuti relativamente alle attività outdoor più praticate: alpinismo, sci d'alpinismo, trail running e attività generali, che non includono queste ultime.

**Fig. 4.3 DIVISIONI TRA LE ATTIVITA' OUTDOOR IN EUROPA NEL 2010 E NEL 2012**



Fonte: European Outdoor Group.

Prendendo in considerazione l'attività alpinistica, si può notare come essa abbia subito un lieve calo tra il 2010 e il 2012, a scapito dello sci d'alpinismo e di altre attività. Tuttavia essa rimane una delle attività outdoor più praticate sulle montagne europee.

Per quanto riguarda l'area dolomitica, l'offerta turistica estiva è prevalentemente incentrata sulla pratica dell'alpinismo e dell'escursionismo, motivazioni principali per cui la gente si reca in questi luoghi.

Le Alte Vie ne sono un esempio. Percorrere i sentieri che passano dalle alte cime di roccia dolomitica alle dolci colline delle Prealpi è un'esperienza molto suggestiva. Questi tracciati permettono a coloro che li praticano di respirare un po' di aria pura, e di misurarsi con la natura, superando sfide e raggiungendo mete che offrono paesaggi unici.

Coloro che percorrono le Alte Vie possono scoprire dei paesaggi incredibili, e vivere l'esperienza irripetibile che solo queste montagne sanno regalare.

#### **4.4 L'impatto delle Alte Vie su ambiente e turismo**

Le Alte Vie delle Dolomiti offrono al turista la possibilità di trascorrere un po' di tempo in un luogo favoloso, caratterizzato dalla varietà di climi e formazioni geologiche, dalla ricchezza di flora e fauna e da una vasta gamma di aspetti culturali, segni di una storia millenaria.

I paesaggi d'incanto che oggi vediamo hanno una storia che risale a più di 270 milioni di anni fa e ci sono voluti tantissimi anni e tutta l'energia degli elementi naturali per dar forma a questi blocchi che ormai da secoli attraggono turisti da tutto il mondo.

Le Alte Vie delle Dolomiti sono un'importante attrazione, in grado di influenzare i flussi turistici di questa zona e per ciò, come in tutte le altre aree, anche nei luoghi dove si sviluppano questi percorsi, l'attività turistica ha avuto i suoi effetti.

A livello ambientale, l'impatto che questi percorsi hanno avuto e hanno tutt'ora sulla natura e sull'ambiente fisico è davvero minimo. Le Alte Vie sono state ideate tenendo in considerazione e utilizzando sentieri e ferrate già da tempo presenti nel territorio dolomitico. Molto spesso si tratta infatti di percorsi nati come vie di comunicazione tra montagna e pianura, risalenti a più di trecento anni fa<sup>46</sup>, o di sentieri creati da cacciatori e pastori per recarsi sugli alpeggi nella stagione estiva nel secolo scorso, o infine di tracciati ideati durante la Prima e la Seconda Guerra Mondiale dal Genio Militare. Perciò le Alte Vie non richiedono l'ideazione di nuovi percorsi e di nuove strutture, che andrebbero ad alterare le condizioni dell'ambiente naturale. Esse non propongono nulla di nuovo per quanto riguarda i sentieri che le costituiscono e le strutture ricettive che si incontrano lungo il percorso.

Anche flora e fauna ormai si sono "assuefatte" alla presenza dell'uomo. Non a caso lungo i tracciati si possono incontrare cervi e camosci che pascolano tranquillamente a pochi metri dal sentiero.

Proprio perché uno dei motivi principali che spingono la gente a praticare questi itinerari è quello di visitare luoghi incontaminati, puri e inviolati, un turista che giunge in queste zone non intaccherà mai di sua volontà, o per un semplice atto di distrazione l'ambiente che lo circonda.

Nella maggior parte dei casi si tratta infatti di persone al 100% rispettose della natura, che decidono di intraprendere questi tracciati proprio perché amano la purezza della montagna e tutto ciò che la caratterizza. L'impatto ambientale che un turista può creare non dipende quindi dal suo comportamento irrispettoso, ma piuttosto dalla sua presenza nei rifugi e nei

---

<sup>46</sup> Ad esempio la "Via del Pan", che collegava il Passo Pordoi al Passo Fedaia, e veniva utilizzata per trasportare la farina dalla pianura trevisana fino in Val di Fassa e in Val di Fiemme.

bivacchi. È normale infatti che un maggior numero di turisti apporti nelle strutture ricettive dei maggiori consumi idrici ed energetici, e una maggior produzione di rifiuti.

Uno dei problemi fondamentali che va ad intaccare maggiormente l'ambiente dove si sviluppano le Alte Vie dolomitiche è dovuto all'affluenza turistica durante periodo estivo, che va da metà luglio a metà agosto. In Italia persiste la convinzione che questo sia il periodo migliore per andare in montagna, ma non è così. Questa convinzione tende infatti ad apportare una maggior affluenza di turisti lungo i sentieri durante questi periodi, creando delle vere e proprie "processioni" di escursionisti. L'elevato numero di presenze, insieme con le incerte condizioni atmosferiche, che non di rado colpiscono l'alta montagna, può andare ad intaccare l'ambiente naturale, causando dei danni per quanto riguarda il percorso. Alcuni dei problemi principali riguardano la caduta dei massi nei tratti più scoscesi o la rovina di alcuni tratti di sentiero all'interno dei boschi, dovute al continuo passaggio di comitive di escursionisti ed accentuate dal maltempo<sup>47</sup>.

Per evitare questi danni è consigliabile praticare l'attività escursionistica nel periodo che va da fine maggio alla metà di luglio, quando la flora alpina è particolarmente rigogliosa, e specialmente i mesi di settembre e ottobre, quando le ore di luce sono ancora sufficienti per una buona attività e il tempo è normalmente ottimo. Così facendo un turista può godere appieno dello spettacolo che queste zone sono in grado di offrire, minimizzando l'impatto sull'ambiente naturale (Berti, 1991).

Per quanto riguarda l'impatto sociale, già solo per il fatto che le Alte Vie delle Dolomiti sono nate con lo scopo di riappacificare il mondo germanico e quello italiano, si può dire che hanno avuto una grande importanza come creatrici di nuovi legami. I primi escursionisti che hanno intrapreso queste vie furono proprio tedeschi e austriaci; successivamente a questi si sono affiancati italiani, scandinavi, americani e inglesi. Oggi le Alte Vie sono divenute meta molto ambita anche per i turisti dei paesi dell'Est, che giungono sempre più numerosi a visitare queste valli (Meridiani Montagne, 2011).

---

<sup>47</sup> Solitamente i sentieri vengono controllati ogni anno da parte del CAI, che attraverso la manutenzione ordinaria e straordinaria, regola i sentieri e la segnaletica, ritraccia i pezzi franati, costruisce scalini ecc...la manutenzione delle ferrate è invece compito delle Guide Alpine.

Alcune sezioni CAI hanno introdotto la formula "Adotta un Sentiero", secondo la quale ogni sentiero viene affidato ad una persona della valle che è solita passeggiare lungo quel tratto e che, in caso di bisogno segnala al CAI i problemi che ha riscontrato lungo il percorso.

Attualmente per quanto riguarda la sentieristica l'attività del CAI è normata dalla legge 33 del 2002 del Testo Unico sul Turismo.

Fin dall'inizio quindi questi sentieri hanno appoggiato gli scambi culturali tra popolazioni con usi e costumi diversi. Coloro che percorrono le Alte Vie delle Dolomiti sono interessati a conoscere non solo l'aspetto naturalistico delle zone di montagna, ma anche l'aspetto culturale. Molto spesso infatti è la "sete di cultura" che spinge questi escursionisti a muoversi continuamente per entrare in contatto con le tradizioni che rendono uniche queste zone.

Lungo le Alte Vie oltre ad ammirare il paesaggio, un turista può arricchire il suo bagaglio culturale, venendo a contatto con luoghi sempre diversi, carichi di storia e di tradizioni.

Chi frequenta i sentieri di montagna è abituato a imbattersi in testimonianze di civiltà passate.

In molte zone infatti si possono ritrovare dei siti archeologici relativi a resti fossili o ad antichi insediamenti umani, che spesso vengono inglobati in itinerari tematici<sup>48</sup>. Inoltre le Dolomiti sono state teatro degli scontri durante i due conflitti mondiali, e le testimonianze che ancora oggi si possono ritrovare nei resti di trincee e nelle gallerie scavate nella roccia, offrono all'escursionista un excursus in grado di dare valore in più al percorso.

Lungo le Alte Vie è inoltre possibile entrare in contatto con molte malghe, che vendono i loro prodotti e che spesso offrono la possibilità ai visitatori di ammirare e imparare l'arte casearia. Questa può essere un'opportunità unica per conoscere un lavoro che da moltissimi anni caratterizza le zone di montagna e che ne costituisce quindi tradizione.

Ma anche il cibo è una fonte di ricchezza culturale. Sempre più spesso nei rifugi si offre la possibilità di assaggiare i prodotti tipici della zona, proponendo piatti che da anni sono nella tradizione di montagna.

Questi aspetti dimostrano come il turista che trascorre due settimane percorrendo le Alte Vie non abbia conseguenze a livello sociale; ma anzi contribuisca a rivalutare e a promuovere quelle componenti che ne caratterizzano i luoghi.

Anche per quanto riguarda l'aspetto economico questa tipologia di turismo produce un impatto positivo. Un escursionista indipendentemente da dove pernotta o da che servizi usa, apporta un beneficio economico. Coloro che percorrono le Alte Vie delle Dolomiti non fanno parte della categoria dei turisti "mordi e fuggi", ma anzi proprio perché lo richiede la

---

<sup>48</sup> È il caso per esempio del Sentiero archeologico del Doss Capel, lungo l'Alta Via n.2. Questo percorso è stato concepito per osservare da vicino la struttura geologica di montagne come la Marmolada.

modalità di percorrenza del tracciato, essi trascorrono più notti nei diversi rifugi presenti lungo l'Alta Via scelta. Molto spesso è proprio grazie a questi escursionisti che i rifugi riescono a riempire le loro camere durante la settimana<sup>49</sup>, poichè maggior parte della gente che si ferma a dormire in rifugio fa parte di comitive che percorrono l'Alta Via.

Oltre al pernottamento nelle strutture ricettive coloro che intraprendono questi percorsi spesso necessitano di altri servizi, come ad esempio i bus navetta, il trasporto bagagli, oppure dei servizi dedicati agli escursionisti con animali. Proprio perché la gente tutt'oggi è sempre più interessata a percorrere questi itinerari, i comuni e le varie associazioni si impegnano a garantire questi servizi che possono apportare degli aumenti nei flussi turistici e quindi degli aumenti nelle entrate che da esse ne derivano.

Gli impatti che le Alte Vie hanno in generale sull'ambiente risultano positivi in tutti e tre gli ambiti.

Le esternalità che questo tipo di turismo apporta non vanno a danneggiare l'ambiente fisico, sociale ed economico in cui si sviluppa, e per questo può essere considerato turismo sostenibile. Tuttavia per arrivare a ciò, dagli anni in cui nacque l'attività alpinistica nella zona dolomitica le cose sono notevolmente cambiate. Ai tempi di John Ball non c'era bisogno delle Alte Vie per ritrovare la purezza e il silenzio di un ambiente vergine. Ai primi escursionisti bastava fare pochi metri a piedi dal paese per ritrovare questi spazi in grado di regalare delle emozioni uniche. Oggi invece a causa dei continui mutamenti delle esigenze della popolazione umana, la montagna si è antropizzata, perciò l'escursionista ricerca in questi percorsi ciò che non trova più a fondovalle; tramonti mai visti, purezza e zone incontaminate.

È anche vero che a causa della costruzione degli impianti di risalita, oggi chiunque può raggiungere alcune vette delle montagne dolomitiche. Molti sono i turisti che vengono in montagna solo per prendere il sole o per godere del panorama visto dall'alto; ma raggiungere le cime percorrendo i sentieri delle Alte Vie è tutta un'altra emozione.

---

<sup>49</sup> A differenza del fine settimana quando possono riempirsi per turisti che vogliono trascorrere una notte in rifugio dopo una camminata in montagna, e che quindi non percorrendo tutto il tracciato apportano un beneficio economico solamente a quella struttura ricettiva.

## 4.5 Promozione, valorizzazione e proposte per le Alte Vie

### 4.5.1 Come potenziare questi percorsi

Nel 2009 le Dolomiti sono entrate a far parte del Patrimonio Mondiale dell'Unesco. Sicuramente questo fatto ha contribuito ad aumentare la notorietà di queste zone, apportando un numero sempre più elevato di turisti. Il marchio ancora oggi fornisce un eccellente "biglietto da visita" per queste aree di montagna e ne garantisce la valorizzazione, mirando al miglioramento della fruibilità e allo sviluppo dell'economia e del turismo; agendo sempre nel rispetto dei limiti e delle regole imposte da questi luoghi.

Ma la valorizzazione della montagna può avvenire anche attraverso la promozione di itinerari di qualità che sappiano allo stesso tempo far conoscere e tutelare la zona dolomitica. Le Alte Vie ne sono un esempio. Il fatto di offrire al turista degli itinerari già pronti ed illustrati nelle guide, risulta molto comodo ad un escursionista, che in questo modo non deve più passare settimane a inventarsi un percorso per trascorrere qualche giorno a contatto con la natura.

Le Alte Vie quindi sono una forte attrattiva turistica che, oltre a far conoscere le località in cui si sviluppa, riesce a valorizzarne il patrimonio naturale e culturale di cui sono in possesso queste montagne.

Ma come si possono valorizzare questi itinerari in modo che consentano la promozione e la rivalutazione del territorio?

1. Ciò su cui maggiormente bisogna puntare è la nomenclatura dell'Alta Via. Come detto più sopra, ogni itinerario possiede un numero e una denominazione, che ne descrive le caratteristiche. Questa denominazione è la prima leva su cui puntare per valorizzare esponenzialmente le specificità culturali che sono ad essa legate. Le peculiarità che sono caratteristiche dell'Alta Via diventano così un punto essenziale attorno al quale inventare una serie di eventi e ricorrenze che riescano a valorizzare ulteriormente i tracciati e di conseguenza le valli che percorrono.

Come esempio non si può fare a meno di citare l'Alta Via n.5. Il 2013 è l'anno dedicato al pittore Tiziano Vecellio; e in concomitanza con la mostra organizzata a

Pieve di Cadore, relativa alla tela dipinta dal pittore<sup>50</sup>, l'Alta Via che riprende il suo nome, ha subito un notevole progetto di rilancio. Proprio da questo itinerario parte infatti l'omaggio degli escursionisti, dedicato al pittore nato tra queste montagne. La rivalutazione dell'Alta Via n.5 rientra nel programma "Sulle Dolomiti di Tiziano", promossa dal Comune di Pieve di Cadore in sintonia con la Magnifica Comunità di Cadore, la Fondazione Tiziano e Cadore, la Sezione Cai di Pieve di Cadore, le Guide Alpine del Cadore, la Stazione del Soccorso Alpino di Pieve di Cadore, il Gruppo Rocciatori Ragni di Pieve di Cadore, la Pro loco "Tiziano", il mensile della Magnifica Comunità (Il Cadore) e il portale "NuovoCadore".

Questo programma prevede una serie di incontri, dibattiti e interviste con i protagonisti della montagna di ieri e di oggi; ma anche eventi ed escursioni lungo le Alte Vie, in special modo sulla n.5, organizzate dal CAI.

In questa occasione inoltre sono stati promossi dei pacchetti turistici pensati per offrire un'esperienza unica ed emozionante in grado di far conoscere la storia e l'ambiente dolomitico nel quale è nato questo pittore (Meridiani Montagne, 2013).

2. Un'altra cosa da tenere in considerazione per valorizzare questi tracciati sono le ricorrenze legate all'anno di nascita delle Alte Vie, o al "compleanno di una montagna". Molto importanti risultano infatti gli anniversari legati alle prime ascensioni sui Monti Pallidi. È inevitabile quindi che ogni ricorrenza diventi un'occasione per celebrare la storia della conquista, ma anche per concretizzare proposte e progetti legati al presente e al futuro della montagna stessa.

È questo il caso dell'Alta Via n.2, che quattro anni fa ha festeggiato il quarantesimo anno dalla sua nascita. Per l'occasione è stato creato un gruppo di lavoro, che ha organizzato una serie di incontri e conferenze per preparare l'evento. Durante l'anniversario sono stati programmati degli incontri con i primi percorritori e con gli alpinisti che più volte hanno intrapreso questa via. I vari eventi hanno promosso e pubblicizzato ulteriormente questa Alta Via, apportando un aumento della

---

<sup>50</sup>La mostra propone di presentare e valutare un importantissimo dipinto della prima giovinezza di Tiziano "Il vescovo Jacopo Pesaro e papa Alessandro VI davanti a S. Pietro", conservato dal 1823 nel museo delle Belle arti di Anversa.

frequentazione da parte dei turisti del 30% durante tutto il 2009 (Meridiani Montagne, 2012).

3. Per favorire la ricaduta economica e pubblicizzare ulteriormente il territorio che circonda le Alte Vie, si cerca inoltre di acquistare delle pagine su riviste di montagna specializzate. Per questa operazione al giorno d'oggi si punta alle testate dei Paesi che più sono attratti da questi itinerari come Germania, Inghilterra, e Paesi dell'Est. Oggi più che mai questi Paesi ricercano nelle Dolomiti dei percorsi che li facciano sperimentare delle sensazioni nuove e che li facciano riscoprire una montagna vergine e incantata.

Ma se la domanda è dinamica, e il turista chiede sempre cose nuove, che cosa si può fare per migliorare questi percorsi? Quali proposte possono essere portate avanti per valorizzare ulteriormente il patrimonio naturale e culturale di queste aree?

- Una proposta molto attraente potrebbe essere quella di collegare le Alte Vie con le piste ciclabili o le ippovie. Non essendo dei percorsi circolari, dove il punto di partenza combacia con il punto d'arrivo, risulterebbe molto comodo per coloro che percorrono questi sentieri avere un modo per ritornare al punto di partenza, sfruttando un mezzo ecologico come la bicicletta. Questo permetterebbe loro di godere del paesaggio dolomitico e del contatto con l'ambiente naturale ancora per qualche giorno, collegando l'esperienza fatta in alta quota con quella fatta a fondo valle.

L'Alta Via n.3 per esempio, ripercorre in parallelo la "Lunga via delle Dolomiti", una pista ciclabile lunga una settantina di chilometri, che ricalca il percorso della vecchia ferrovia che collegava Calalzo-Cortina-Dobbiaco<sup>51</sup>. Rendendo possibile il noleggio di biciclette, si potrebbe offrire la possibilità di ritornare a Villabassa attraverso questa pista ciclabile.

---

<sup>51</sup> Finita di costruire in piena Grande Guerra, la Ferrovia delle Dolomiti venne privatizzata nel 1924 ed elettrificata quattro anni dopo. Ogni paese aveva la sua stazione, da Calalzo fino a Dobbiaco. Il suo caratteristico trenino bianco e azzurro venne dismesso nel 1964.

- Una seconda proposta potrebbe essere quella di utilizzare parte di questi sentieri anche nella stagione invernale. Uno dei progetti che più stanno prendendo piede nella zona cadorina è “Cadore Regno delle Ciaspe”. Quest’idea, avviata nella stagione invernale 2010-2011, propone 12 itinerari da percorrere con le ciaspe o con gli sci d’alpinismo, con la possibilità di fare tappa in alcuni rifugi e godere del fascino e della bellezza dei luoghi attraverso altipiani immacolati e boschi incantati.

Gli itinerari vengono battuti con il gatto delle nevi, sono adeguatamente segnalati e vengono costantemente tenuti sotto controllo dalle Guide Alpine. I rifugi aperti nella stagione fredda hanno dato il via ad una serie di eventi sportivi di successo, come la Ciaspalonga delle Marmarole, la più lugna gara al mondo di corsa con le ciaspe (da Auronzo a Pieve di Cadore per un totale di 44 chilometri e 2600 metri di dislivello).

Percorsi come questi offrono un’allettante alternativa per coloro che amano la neve ma non frequentano le piste da discesa. Attraverso questi tracciati sarebbe possibile scoprire parti della montagna mai viste nel periodo invernale.
- Chi effettua le lunghe traversate si trova a viaggiare con uno zaino molto pesante e deve spesso effettuare spostamenti da un sentiero all’altro non sempre agevoli. Per questo una proposta molto importante per coloro che percorrono le Alte Vie sarebbe quella di fornire dei servizi per rendere meno faticosa questa esperienza.

Lungo l’Alta Via n.2 per esempio, chi vuole viaggiare leggero e ha una spiccata propensione per la corsa, può scegliere uno dei pacchetti di trailrunning proposti da un tour operator della Badia. Questo servizio offre la possibilità di acquistare un pacchetto, che prevede l’accompagnamento di una guida, la quale si occupa di radunare i bagagli e di affidarli a chi li dovrà far arrivare con taxi e impianti di risalita, nel punto di raccolta più vicino possibile alla destinazione successiva (Meridiani Montagne, 2012).
- Un’ulteriore proposta potrebbe essere quella di puntare alla valorizzazione di zone di interesse geologico-storico vicine ai sentieri delle Alte Vie. Proponendo delle varianti lungo i sentieri classici, l’escursionista potrebbe inoltrarsi in luoghi carichi di fascino, alla scoperta di zone profondamente legate agli avvenimenti del passato. Un

esempio in questo senso potrebbe essere il *Sentiero geologico del Doss Capel*<sup>52</sup> lungo l'Alta Via n.2, che permette di osservare da vicino gli aspetti geologici più importanti delle Dolomiti: dalle rocce alla struttura dei corpi montuosi, causati dalle vicissitudini geologiche e dagli elementi climatici (Meridiani Montagne, 2012).

- Uno dei problemi principali che oggi vanno ad influenzare il flusso di turisti sulle Alte Vie è la tempistica che serve per percorrerle. La vita frenetica che caratterizza le persone al giorno d'oggi sempre di più va ad influenzare anche la vacanza. Infatti gli escursionisti che giungono in montagna cercano di ridurre i tempi di percorrenza degli itinerari proposti dalle Alte Vie, saltando delle tappe e rinunciando così alla soddisfazione di aver portato a termine per intero il percorso. Una proposta interessante in questo senso potrebbe essere quella di proporre dei circuiti ad alta quota, che come tempistica non richiedano più di cinque giorni.

#### **4.5.2 Una nuova proposta: l'Anello Val Boite**<sup>53</sup>

L'idea di proporre un'altra Alta Via che colleghi il versante del monte Antelao<sup>54</sup> al monte Pelmo<sup>55</sup> è nata dalla richiesta del CAI di Bolzano, desideroso di creare un percorso, che attraversando la Valle del Boite, vada a toccare le due cime più note, dal punto di vista alpinistico e dal punto di vista estetico, delle Dolomiti Orientali.

Questa proposta è stata presa in considerazione dalla varie sezioni CAI di Pieve di Cadore, San Vito di Cadore e Cortina d'Ampezzo, che dopo una serie di riunioni, insieme con le *Regole*<sup>56</sup> e il Parco delle Dolomiti d'Ampezzo<sup>57</sup>, stanno cercando di concretizzare questo progetto.

---

<sup>52</sup> Percorso escursionistico con durata di 5 ore, che parte dal Passo del Feudo a 2121 m ed arriva a Pampeago(1757 m), in Val di Fiemme.

<sup>53</sup> Riferimento all'intervista in appendice.

<sup>54</sup> Il monte Antelao, conosciuto anche con il Re delle Dolomiti, è la seconda cima più alta delle Dolomiti (3.264 m). Questa montagna, simbolo dell'intero Cadore, fu raggiunta per la prima volta nel 1850 da Matteo Ossi, che ripeté l'impresa accompagnato da Paul Grohmann nel 1863.

<sup>55</sup> Il monte Pelmo, noto anche come *Al Caregon de 'l Padreterno* (il trono del Padreterno), è una delle montagne più conosciute per la sua forma che appare simile a un sedile. È stata la prima cima dolomitica ad essere scalata nel 1857 dall'irlandese John Ball. A differenza delle altre montagne, il Pelmo è un massiccio solitario che sovrasta la valle del Boite con i suoi 3.168 metri.

<sup>56</sup> Ancora oggi molte parti di territorio, soprattutto boschivo, sono di proprietà regoliera, cioè appartenenti agli eredi degli antichi abitanti costituiti in "regole", enti giuridici di diritto privato con propri Statuti derivanti dagli antichi Laudi. Tali proprietà collettive sono indivisibili, inalienabili ed inusufruibili e sono destinate soprattutto ad attività agro-silvo-pastorali. E la piena proprietà del bene è il fondamento che distingue e differenzia i beni

L'idea consiste nella realizzazione di due percorsi che, attraverso l'utilizzo di sentieri già esistenti e accuratamente segnalati, percorra tutto il tragitto del torrente Boite, dalle sorgenti fino alla sua immissione nel fiume Piave. Su imitazione di alcuni itinerari ad anello che caratterizzano la zona dolomitica (come l'Anello Zoldano, o l'Anello delle Dolomiti Friulane<sup>58</sup>), si tenta qui con questo percorso di offrire al turista una nuova esperienza, meno impegnativa delle Alte Vie finora conosciute per quanto riguarda la tempistica, e allo stesso tempo in grado di offrire un'opportunità per far conoscere e rivalutare questi luoghi. Dando infatti la possibilità agli escursionisti di intraprendere un percorso completo in tre o quattro giorni, con pernottamento in rifugio e restando in alta quota, questo itinerario permetterebbe di riscoprire una zona ancora inesplorata da un'Alta Via, regalando l'opportunità di godere del fascino dei luoghi che caratterizzano la Valle del Boite.

Sfruttando sentieri e ferrate già esistenti in questi territori, quest'anello non costituirebbe una particolare minaccia per l'ambiente naturale. Il progetto infatti permette l'unione di tracciati già esistenti in un unico itinerario, e la fruizione di strutture ricettive già da tempo presenti lungo questi percorsi. In questo senso, senza apportare nulla di nuovo, l'impatto ambientale causato da questo itinerario sarebbe minimo.

Ma vediamo ora come si articolerebbe il tracciato dell'Anello Val Boite:

---

regolieri dai beni pubblici di uso civico (particolari diritti d'uso dei beni come erba o legname, senza diritto di proprietà, che secondo il vecchio principio erano attribuiti alle comunità unicamente per concessione del Sovrano).

<sup>57</sup> Istituito il 22 marzo del 1990 con Legge Regionale n. 21 del Veneto, il Parco Naturale delle Dolomiti d'Ampezzo si estende su un'area di 11.200 ettari a nord del centro abitato di Cortina (dove si trova la sede), al confine del Veneto con l'Alto Adige, nel cuore delle Dolomiti orientali. L'area protetta si inserisce verso nord nel Parco altoatesino di Fanes, Senes e Braies, con il quale forma di fatto un comprensorio protetto con le stesse caratteristiche ambientali. Nel territorio del Parco non sono presenti aree urbanizzate, né strutture di tipo turistico come piste da sci o impianti di risalita. Gli accessi al Parco sono numerosi e sono situati per la maggior parte lungo la strada statale 51 Alemagna e lungo la strada statale 58 delle Dolomiti.

<sup>58</sup> L'Anello Zoldano è un Alta Via in sei tappe ideata da Paolo Bonetti e Paolo Lazzarin nel 1985 che attraversa in senso orario i gruppi montuosi che circondano la Val di Zoldo nelle Dolomiti Bellunesi. Questo percorso circolare comprende i gruppi montuosi della Moiazza, del Civetta, del Pelmo, Bosconero e Mezzodì.

L'Anello delle Dolomiti Friulane è un percorso ad anello di quattro tappe, che partendo dal rifugio Padova a Calalzo di Cadore, circonda il parco delle Dolomiti Friulane.

Fig. 4.4 L'ANELLO-ALTA VIA VAL BOITE

ALTA VIA DELLA VALLE DEL BOITE				schema di massima percorso e varianti	
luogo	metri slm	sentiero/strada	dislivello	punti d'interesse	cime
Sant'Uberto	1449	6		0	Parco Naturale Dolomiti D'Ampezzo
Sonpouses	1703	6	254		
Malga Ra Stug	1668	418			
Pian de Loa	1389	10/401			
Cascate di Fanes	1380	401			
Ponte dei Cadoris	1483	401	103		
Val Travenazes	1888	403	405	eventuale variante	Lagazuoi/Falzarego/Averau/Nuvolau
Rifugio Giussani	2580	403	692		Tofane
Rifugio Dibona	2037	442			
Cian Zopè (SR 48)	1732	439			
Rifugio Cinque Torri	2137	443	405	eventuale variante	Scioiattoi/Averau/Nuvolau
Passo Giau (SR 638)	2236	436	99		
Forcella Giau	2360	436	124		
Mondeval (sito archeologico)	2158	436			Formin/Rocchetta Prendera
Forcella Ambrizola	2277	436	119		
Casera Prendera (non custodita)	2148	458			
Forcella Roan	2075	467			
Rifugio Città di Fiume	1918	480			
Forcella Val D'Arcia	2476	480	558	eventuale variante lato sud del Pelmo per sentiero 472	
Rifugio Venezia	1946	475			Pelmo
Casera Najaron (ruderi)	1800	493			
Forcella Campestrin	1850	493	50		
Forcella Ciandolada (strada)	1565	456			
Rifugio Talamini	1585	494	20		
Forcella Val Inferna	1748	478	163		Col Duro
Monte Rite	2183	479	435		
Forcella Cibiana (SR 347)	1530	SR 347			Sassolungo
Remauro (località)	1447	SC			
Cibiana di Sotto	942	496/498			
Monte Dubiea (Casa del Conte)	1502	489	560	eventuale variante	Tarlega/Pontè di Pocroce (diga)
Perarolo	527	496			
Damos	778	496	251		
Valle di Cadore	840	251	62		
Rifugio Costapiana	1610	251	770		
San Dionisio	1946	251	336		
Rifugio Antelao	1796	250			Crepe de San Piero
Forcella Piria	2096	230	300	eventuale variante	forcella Ghiacciaio/Galassi
Forcella Cadin	2100	230	4		Antelao
Greanes	1355	230			
Rovina di Cancia	1473	230	118		
Bosco Nuovo	1751	230	278		
Resinego de Sora	1054	SB			Col de la Roa
Brosolas	1133	228	79		
Rifugio Scoter	1580	228	447		
Rifugio San Marco	1823	226	243		
Forcella Grande	2255	226	432	eventuale variante	fondovall/Faloria
Bivacco Slataper	2600	247	345		Marcora/Sorapis
Forcella del Bivacco	2670	242	70		
Cengia del Banco	2400	242			
Forcella Cengia del Banco	2600	242	200		
Vallone Tondi del Sorapis	2393	215			
Sella Punta Nera	2636	215	243		
Forcella Faloria	2309	223			
Rifugio Tondi	2307	213			
Passo Tre Croci (SR 48)	1805	203			
Rifugio Son Forcia	2215	203	410		
Val Padeon	1729	203/202/201			
Casa Cantoniera (SS 51)	1471	201			
Sant'Uberto	1449				
dislivello			8575		tratto per escursionisti esperti

Fonte: intervista a Mauro De Vido, vicepresidente del CAI di San Vito di Cadore.

Come si può vedere anche in questo itinerario, come nella maggior parte dei tracciati delle Alte Vie, vengono inserite delle varianti al percorso tradizionale, per facilitare gli escursionisti meno esperti. Lungo il tracciato si possono incontrare diverse tipologie di ambiente naturale, punti di interesse geologico e zone importanti a livello storico.

Lo scopo di questo percorso è quello di promuovere il territorio dolomitico valorizzando una zona nuova, non ancora costituita da un circuito che la renda nota come un unico complesso. Basti pensare che la Valle del Boite non compare come un insieme nemmeno nelle cartine Tabacco<sup>59</sup>, dove viene suddivisa in due zone: la prima che comprende i territori fino a San Vito di Cadore, la seconda che comprende le zone da Borca e del Centro Cadore. Percorrendo le varie tappe del circuito, il turista viene così a contatto con l'ambiente naturale e culturale che caratterizza questi luoghi, valorizzandoli ed apportando allo stesso tempo un beneficio economico alle strutture e i servizi di supporto che utilizza durante la sua permanenza.

Partendo dal fatto che la realizzazione di questo progetto viene fatta senza avere dei fondi ma tramite azioni di puro volontariato, il piano d'azione per la promozione del circuito ad anello sarà il seguente:

1. Affinare il piano di lavoro verificando la transitabilità effettiva del percorso;
2. Contattare rifugi e Guide Alpine per assicurarsi il loro appoggio ed eventualmente gli alberghi per costituire dei pacchetti turistici;
3. Inserire l'itinerario in un sito attendibile (che può essere quello del CAI);
4. Pubblicare una cartina (contattando la Tabacco per farne una dedicata specificatamente alla Valle del Boite);
5. Procedere con la tracciatura GPS<sup>60</sup>.

---

<sup>59</sup> La Casa Editrice Tabacco di Giuseppe Tabacco realizza mappe geografiche fin dal dopoguerra e il marchio è riconosciuto a livello internazionale come sinonimo di precisione e sicurezza per arrampicatori estremi, alpinisti, ed escursionisti. La produzione delle mappe si concentra sull'area alpina di nord-est, e va dall'Adamello e dall'Ortles fino al Carso Triestino, comprendendo quindi tutte le Dolomiti.

<sup>60</sup> Al giorno d'oggi sono molto importanti le mappature GPS, che forniscono una guida sicura per l'escursionista che si reca in montagna. Spesso infatti capita che un turista inesperto ricerchi informazioni relative ai percorsi su blog o siti non attendibili, che rischiano di tramutare l'escursione in una tragedia.

Una volta compiute queste tappe l'itinerario potrà essere conosciuto, apprezzato e quindi praticato dai turisti che si recano in queste zone, e sarà in grado di valorizzare ulteriormente i territori di questa vallata.

## 5. INDAGINE SUL CAMPO: L'ALTAVIA N.3

### 5.1 La nascita e il percorso dell'Alta Via n. 3 o "dei camosci"

A differenza dell'Alta Via n.1 e dell'Alta Via n.2, l'Alta Via n.3 è una creazione quasi esclusivamente bellunese. L'idea di realizzare un itinerario che tagliasse l'asse centrale del sistema dolomitico, nacque nel 1966 dall'alpinista Mario Brovelli, che tre anni più tardi, con la cooperazione di Bruno Tolot, abbozzò questo percorso sul periodico locale "Le Alpi Venete".

Inizialmente si era pensato di denominarlo Alta Via del Cadore, o Alta Via dei Laghi, ma avendo poco a che fare con il territorio attraversato, la definizione di *Alta Via dei camosci* sembrò più azzeccata per questo itinerario che, come le vie percorse da questi animali, si inerpica per cenge e ghiaioni, lontano dai sentieri considerati più comodi.

A partire dal 1966, per alcuni anni l'Alta Via n.3 divenne un vero e proprio cantiere. Molti furono coloro che lavorarono lungo il percorso per rendere meglio percorribili i sentieri e per tramutare vecchie casere in abbandono in veri e propri rifugi. È il caso della casera Bosconero, che dopo il restauro nel 1982 divenne un vero e proprio rifugio, punto d'appoggio per coloro che percorrono l'Alta Via e per gli alpinisti che aprono difficili itinerari sulla Rocchetta e sulle altre vette del massiccio. Un altro esempio è quello della Casera Pezzei, che grazie all'intervento della famiglia di cui era proprietà, negli anni Settanta diventa un comodo bivacco sempre aperto<sup>61</sup>.

L'Alta Via n.3 delle Dolomiti presenta le caratteristiche peculiari di un'escursione lunga un centinaio di chilometri, frazionabile in diverse tappe giornaliere. Il percorso, che collega Villabassa (Niederdorf, 1157 m) in Val Pusteria, a Longarone (473 m), è articolato in otto tappe e si svolge prevalentemente in Veneto. Esso interessa principalmente cinque gruppi montuosi: il Picco di Vallandro<sup>62</sup>, il Monte Cristallo<sup>63</sup>, il Sorapiss<sup>64</sup>, il monte Pelmo<sup>65</sup> e

---

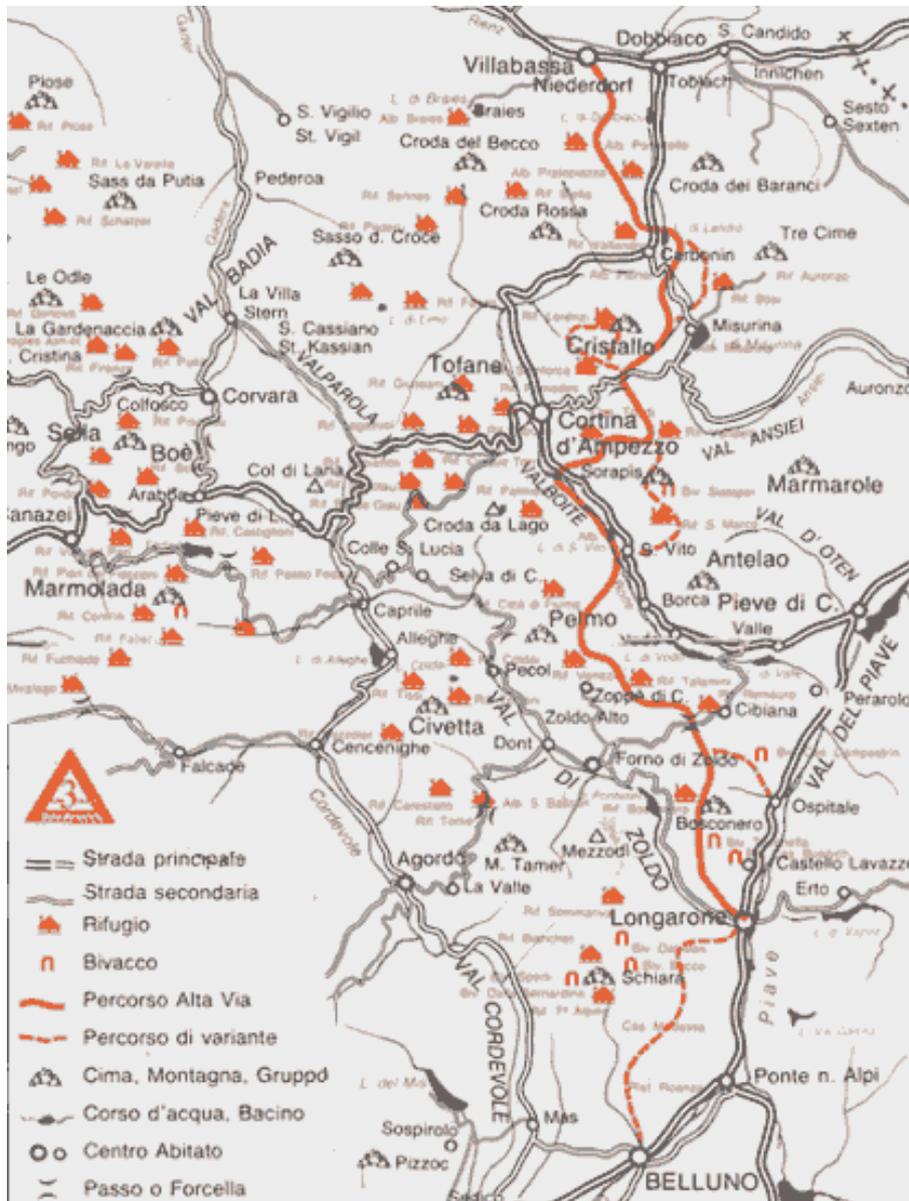
<sup>61</sup> Questa casera venne restaurata dalla famiglia Tovanella di Longarone nel 1973 e venne dedicata a Osvaldo Tovanella morto nell'alluvione del Vajont.

<sup>62</sup> Compreso tra le Dolomiti di Sesto e quelle d'Ampezzo il Picco di Vallandro si erge sul margine orientale delle Dolomiti di Braies, all'interno del Parco Naturale Fanes-Senes-Braies. È delimitato a sud da Carbonin e dal Lago di Landro, a est dalla Val di Landro, a ovest da Prato Piazza e dalla Valle di Braies Vecchia, a nord con il Monte Serla.

<sup>63</sup> Il Gruppo del Cristallo rientra principalmente nei comuni di Auronzo e di Cortina. La sua cima più alta raggiunge i 3221 m. d'altitudine; nella sua parte occidentale è immerso nel Parco Naturale delle Dolomiti d'Ampezzo. La prima salita sul monte Cristallo risale al 1865 a opera di Paul Grohmann.

Bosconero<sup>66</sup>. La durata complessiva dell'itinerario proposto è di circa 45 ore, mentre il dislivello si aggira sui 6.400 metri in salita.

**Fig.5.1 Percorso dell'Alta Via n.3**



<sup>64</sup> Il Gruppo del Sorapiss rappresenta il confine sudorientale delle Dolomiti Ampezzane. Il suo nome deriva dall'alta cascata detta "il Piss", alimentata dalle acque del ghiacciaio sovrastante. Confina a sud con le Marmarole, a nord col Passo Tre Croci, a ovest dalla Valle del Boite e a est dalla Val d'Ansiei e dalla Val di San Vito. La Punta Sorapiss raggiunge i 3205 m.

<sup>65</sup> Situato tra la valle di Zoldo e il Cadore, questo gruppo montuoso è il simbolo della Valle del Boite. La sua cima che raggiunge i 3168 m. è una delle più conosciute delle Alpi Orientali.

<sup>66</sup> Il Gruppo Bosconero è solitamente suddiviso nei sottogruppi di Sfornaio-Sassolungo di Cibiana e Bosconero-Rocchette. Il massiccio montuoso è suddiviso tra i comuni di Cibiana, Valle, Ospitale e Forno di Zoldo. Come confini naturali abbiamo a est la Valle del Boite e la Valle del Piave, mentre a ovest è costeggiato dal Canal del Maè.

Il percorso di base si svolge su sentieri non particolarmente difficili, e comunque sempre attrezzati nei punti più impegnativi. Per i più esperti vengono proposte alcune alternative al percorso classico, con varianti che consistono in escursioni più tecniche. Lungo l'itinerario principale sono presenti otto rifugi ed un bivacco, che offrono ospitalità nei punti di sosta (Zandonella Callegher, 2005).

Il periodo migliore per percorrere questa Alta Via va dalla metà di giugno fino alla metà di settembre. In piena stagione estiva è indispensabile prenotare i pernottamenti previsti nei rifugi, soprattutto per quanto riguarda il mese di agosto, che risulta molto affollato.

Coloro che percorrono in toto l'itinerario, ottenendo tutti i timbri dei rifugi visitati lungo l'Alta Via, possono ritirare un distintivo che ne riproduce il logo presso l'Ufficio IAT (Informazione e Assistenza Turistica) della Proloco di Longarone. Il ritiro del distintivo consente agli escursionisti di essere inseriti nel registro dei precorritori dell'Alta Via e di esprimere le loro impressioni sul percorso.

Ma vediamo ora quali sono le tappe dell'Alta Via n.3.

#### **Prima Tappa: da Villabassa al Rifugio Vallandro.**

È la tappa più lunga; ci vogliono infatti otto ore per percorrere i diciassette chilometri che la costituiscono. Il paesaggio lungo il tragitto è quello tipico della Val Pusteria, con prati dedicati al pascolo, e terreni utilizzati per la produzione agricola vicino alle malghe. Tutti i luoghi attraversati sono ricchi di importanza storica, in quanto teatro della Grande Guerra. Dal punto di vista geologico non si può non nominare la *Croda Rossa*, costituita dalla classica dolomia e da calcari giurassici e marne cretacee, che rendono i suoi versanti di colore giallo ocra e rosso. Questa montagna è famosa anche per essere il cuore della leggendaria saga del Regno di Fanes, considerata una fonte molto importante per scoprire l'origine di questi ambienti montani, grazie allo studio dello scenario culturale in cui si sviluppa la trama<sup>67</sup>.

A fine percorso il rifugio Vallandro offre la possibilità di pernottare in una delle sue camere, tipiche dell'ambiente pusterese.

---

<sup>67</sup> Quella del Regno di Fanes è la leggenda più lunga e complessa del mondo ladino, che venne trascritta per la prima volta nel 1932, grazie allo studioso Karl Felix Wolff. La leggenda narra la storia dell'espansione e del declino del Regno di Fanes, caratterizzato da alleanze, intrighi, magie e battaglie, il tutto nell'ambiente tipico delle montagne Dolomitiche.

### **Seconda tappa: dal Rifugio Vallandro al Rifugio Vandelli.**

È una tappa lunga e impegnativa, ma in grado di offrire una splendida vista sul paesaggio circostante. Sono circa 12 chilometri da percorrere su sentieri, costituiti da cenge molto strette, frutto del lavoro dell'uomo durante la Prima Guerra Mondiale; e 15 chilometri da percorrere su strada statale per raggiungere il Passo Tre Croci. In alternativa a quest'ultimo tratto, che dovrebbe essere percorso con un mezzo di trasporto pubblico, si può passare per la Val Popena, che permette di attraversare il gruppo del Cristallo, mantenendosi in quota.

La meta di questa tappa è il rifugio Vandelli, noto per la sua storia travagliata. Costruito più in alto rispetto alla posizione odierna, il rifugio venne distrutto ben due volte da due valanghe (nel 1821 e nel 1896), nel 1959 venne poi devastato da un incendio. L'attuale struttura risale al 1966.



Una delle cose più spettacolari di questo tratto dell'Alta Via è sicuramente il lago turchese situato a 1923 metri d'altitudine, che caratterizza il circolo glaciale del Sorapiss. Generato direttamente dal *Dito di Dio*<sup>68</sup> che lo sovrasta, questo lago di appena due metri di profondità, è noto in tutta la zona dolomitica per il suo colore azzurro così innaturale da sembrare fittizio.

### **Terza tappa: dal Rifugio Vandelli a San Vito di Cadore.**

Questa tappa prevede il passaggio nel mondo ladino<sup>69</sup> attraverso un percorso lungo 18 chilometri, che attraversa i gruppi del Sorapiss e del Faloria. Da qui si può ammirare la valle dove sorge la *perla delle Dolomiti*: Cortina d'Ampezzo<sup>70</sup>.

Anche in questa tappa viene proposta una via alternativa al percorso classico, che da Zuel raggiungerebbe il paese di San Vito attraverso una stradina a bassa quota in prossimità del torrente Boite. La variante della *Ferrata Berti*, essendo un percorso alpinistico attrezzato e

---

<sup>68</sup> Il Dito di Dio è una delle punte che costituiscono l'anfiteatro del ghiacciaio del Sorapiss e che ne sovrasta il lago omonimo.

<sup>69</sup> In tutte le Dolomiti ci sono trentamila persone che si definiscono ladini, ma molti parlano sotto-idiomi. In realtà i gruppi in cui si articola il ladino dolomitico sono cinque: il badiot della Val Badia, il ghërdeina della Val Gardena, l'ampezan di Cortina, il fodom di Livinallongo e il fascian della Val di Fassa.

<sup>70</sup> Cortina d'Ampezzo è un comune bellunese di 6 mila abitanti, conosciuta soprattutto come meta turistica invernale. Nel 1956 ha ospitato le Olimpiadi invernali e ancora oggi è teatro di numerosi eventi sportivi di importanza internazionale.

con tratti molto esposti, non è consigliato a coloro che non hanno una certa esperienza e non dispongono di un'adeguata attrezzatura.

#### **Quarta tappa: da San Vito al Rifugio Venezia.**

È la tappa più breve di tutta l'Alta Via, con i suoi 10 chilometri. Si passa qui sull'altro versante, quello del Pelmo, attraversando una zona ricca di malghe in piena attività, che offrono i loro prodotti a tutti coloro che passano per questi sentieri. Il primo rifugio sorto in territorio italiano si trova proprio qui ai piedi del monte Pelmo lungo l'Alta Via n.3, si tratta del rifugio Venezia, edificato nel 1892 e ristrutturato nel 1954.

#### **Quinta tappa: dal Rifugio Venezia al Rifugio Remauro-Forcella Cibiana.**

Oltre a garantire il contatto con alcune malghe, note per la loro attività di produzione di burro, formaggio e ricotta, questa tappa permette all'escursionista di toccare una delle cime più note a livello paesaggistico, di tutta la zona dolomitica; il Monte Rite. Dalla cima di questo monte si apre infatti una veduta eccezionale a 360 gradi, che partendo dalle creste del confine austriaco all'orizzonte, attraversa poi tutta la Valle del Boite fino alle cime del centro Cadore e della Val di Zoldo. Ed è proprio grazie a questa visuale così aperta che il monte Rite è stato un importante avamposto militare fin dai tempi della Prima Guerra Mondiale, quando fu costruito il forte ora restaurato e trasformato nel *Museo nelle Nuvole* di Reinhold Messner<sup>71</sup>. L'importante polo museale ha fatto in modo che tutte le fortificazioni presenti sulla cima del monte Rite venissero restaurate e utilizzate per farne delle strutture ricettive. È il caso ad esempio della caserma oggi divenuta il rifugio *Dolomites*, dotato di 26 posti letto e cucina tipica, raggiungibile da Forcella Cibiana grazie ad un servizio navetta (AA.VV., 2002).

---

<sup>71</sup> L'idea del recupero del forte, costruito sulla cima del Monte Rite agli inizi del Novecento per scopi bellici, nacque per volontà dell'alpinista Reinhold Messner nel 1997. Quest'ultimo voleva tramutare il complesso militare in un museo, il "Museo delle Dolomiti" o com'è meglio conosciuto, il "Museo nelle Nuvole". Questo museo rientra nella rete dei *Messner Mountain Museums*, un gruppo di musei formato da cinque sedi: Castel Firmian a Bolzano, Solda nel gruppo dell'Ortles, Monte Rite nelle Dolomiti, Castel Juval all'imbocco della Val Senales e il castello di Brunico, inaugurato il 2 luglio 2011; considerati come una rappresentazione della montagna in tutte le sue forme. Come gli altri musei appartenenti a questa catena, il forte del Monte Rite, costruito nel 1914 a m 2181, offre gli spazi ideali per un museo di arte e storia della montagna. Il materiale raccolto all'interno delle 20 stanze racconta la storia delle Dolomiti e dei primi alpinisti che le hanno conquistate; sono presenti poi opere d'arte, come le rappresentazioni delle Dolomiti di Thomas Ender o di E.T. Compton, appartenenti alla collezione personale di Reinold Messner; le sculture bianche di Stephan Huber; e in mezzo a tutto ciò si possono ammirare da delle finestrelle le vette che circondano il complesso del monte Rite, uno spettacolo a 360 gradi visibile meglio dalla cima.

Sulle pendici del monte Rite oggi pascolano gli yak, cha Reinhold Messner ha voluto portare dall'Himalaya. Un'operazione turisticamente di richiamo, ma forse inadatta per un luogo da sempre legato al pascolo di bestie autoctone come mucche e capre<sup>72</sup>.

Dalla cima del monte si può raggiungere la Forcella Cibiana attraverso l'antica strada militare, oppure attraverso il percorso naturalistico che rende più piacevole la discesa, evitando di respirare il fumo delle navette che salgono al rifugio Dolomites.

### **Sesta tappa: dal Rifugio Remauro-Forcella Cibiana al Rifugio Casera Bosconero.**

È la tappa che forse di più rispecchia il nome di questa Alta Via. Il sentiero che porta fino alla Forcella delle Ciavazole e poi giù verso il rifugio, è il tipico regno dei camosci. Il paesaggio che circonda l'itinerario è costituito da ambienti selvaggi, avvolti nella bellezza misteriosa della natura incontaminata. Questo tratto di Alta Via è forse il meno battuto dagli "escursionisti della domenica". Coloro che si recano



infatti in questi luoghi sono per lo più rocciatori che pernottano nel rifugio per essere pronti la mattina dopo a scalare la Rocchetta Alta e il Sasso di Toanella.

Il rifugio Casera Bosconero, si trova ai limiti meridionali del territorio cadorino, a quota 471 slm. Con poco terreno per coltivare e adibito quindi ad alpeggio, è stato ricostruito sui ruderi di un complesso rurale nel 1983 (Zandonella Callegher, 2005).

### **Settima tappa: dal Rifugio Casera Bosconero al Bivacco Tovanello.**

Questo è il tratto più affascinante di tutta l'Alta Via n.3 poiché si svolge in un ambiente non eccessivamente in alta quota, tra paesaggi molto suggestivi e particolari. Sulla grande cresta che segue i fiumi Piave e Maè, corre il bellissimo itinerario del *Viaz del Ponte*, un antico percorso di cacciatori che rientra oggi nella Riserva Naturale Orientata Val Tovanello<sup>73</sup>. Il

---

<sup>72</sup> La zona del Monte Rite è da sempre famosa per la sua varietà di essenze naturali, grazie alle differenti quote, all'esposizione al sole su tutti i suoi versanti e alla composizione variegata delle rocce. Grazie ai fiori e alle piante presenti in alta quota, animali come mucche e capre hanno sempre prodotto ottimi prodotti lattiero-caseari, conosciuti in tutto il Cadore (es. la *Puina del Rite*, ossia la ricotta).

<sup>73</sup> La Riserva Naturale, che comprende la valle del rio Tovanello affluente di destra del fiume Piave presso il confine meridionale del Cadore, è situata nel cuore delle cime dolomitiche del Gruppo del Bosconero, zona di alto valore spettacolare per i paesaggi che offre. Dal 1971 questa zona di appena mille ettari, è rientrata a far parte di una riserva naturale biogenetica di proprietà dello Stato, istituita per contrastare l'erosione del patrimonio genetico animale e vegetale di quest'area. Il suo territorio è caratterizzato da boschi di abete rosso,

pezzo più pericoloso e difficile di questa tappa è il tratto che sale fino alla Porta della Serra, un vero e proprio taglio nella roccia largo un metro, oltre il quale si possono vedere sulla parete di roccia i due medaglioni in bronzo che raffigurano i due artefici e co-realizzatori dell'Alta Via n.3 (Mario Brovelli e Bruno Tolot). Scendendo più a sud si raggiunge il Bivacco Tovanella, sempre aperto e incustodito, ricavato dalla antica casera Pezzeri.

#### **Ottava tappa: dal Bivacco Tovanella a Longarone.**

Quest'ultima tappa dell'Alta Via n.3 conduce gli escursionisti lungo un sentiero che in poco più di due ore raggiunge l'abitato di Podenzoi. Da qui si può raggiungere Longarone, attraverso la strada asfaltata, ammirando il paesaggio noto per la disastrosa vicenda del Vajont del 9 ottobre del 1963<sup>74</sup>.

### **5.2 La valutazione degli impatti sull'Alta Via n.3**

Come tutte le altre consorelle a livello di esternalità sull'ambiente naturale, sociale ed economico l'Alta Via n.3 non apporta impatti negativi.

Anche se gli escursionisti che la percorrono appartengono a Paesi diversi, con lingue, usi e costumi differenti, la volontà di praticare un turismo sostenibile e rispettoso dell'ambiente è comune in tutti coloro che percorrono quest'Alta Via.

L'attività alpinistica è di per sé strettamente legata all'ambiente e per ciò dev'essere praticata responsabilmente, rendendo possibile il mantenimento della diversità biologica-sociale e la protezione e conservazione delle risorse presenti nel territorio che attraversa, apportando magari dei benefici economici.

---

abete bianco e faggio e da numerose tipologie di fiori. Per quanto riguarda invece l'aspetto faunistico lungo i sentieri della riserva possiamo incontrare la Vipera dal corno, l'Ululone dal ventre giallo, il Fagiano di monte, il Gallo cedrone, la Coturnice, l'Aquila reale, il Picchio nero, la Martora, il Camoscio, il Capriolo, il Cervo, la Volpe ecc. Le pendici della valle, che oggi sono ampiamente coperte da boschi, in passato sono state spogliate dal meglio del loro rivestimento vegetale, soprattutto durante e dopo l'ultimo conflitto mondiale. Antichi documenti testimoniano, comunque, che fin dal XV secolo si accesero dispute tra Cadorini e Bellunesi a proposito della proprietà e del diritto di sfruttamento di questi territori. Con l'acquisto della Val Tovanella da parte dello Stato (1968), l'Amministrazione Forestale pose definitivamente fine ad ogni forma di utilizzazione boschiva proponendosi come programma di gestione per il ritorno per vie naturali ad una situazione il più possibile vicina a quella di un tempo. Oggi, dopo mezzo secolo di assoluto riposo, il bosco che ricopre gran parte della Val Tovanella inizia ad assumere una connotazione che si avvicina molto al concetto di Riserva.

<sup>74</sup> Longarone, cittadina illustre nota per il gelato e sede storica dell'Ente Fiere, fu distrutta nel 1963 dalla catastrofe causata dalla frana caduta nella diga del Vajont. Con i paesi di Erto e Casso sopra la diga si contarono ben 1910 morti. Oggi nel paese, ricostruito dopo questa disgrazia, sorge una chiesa parrocchiale dedicata alle vittime del Vajont.

L'attività praticata sui sentieri che costituiscono questo itinerario è orientata alla contemplazione e alla conoscenza del territorio. Coloro che intraprendono questo percorso non sono interessati alla meta, ma piuttosto all'andar per monti, esplorando cenge che permettano di accedere a scenari selvaggi ed inconsueti. Ecco perché il rispetto per questi ambienti vergini è una delle cose che caratterizza e accomuna tutti coloro che li attraversano. L'ecosistema nel suo insieme non viene rovinato o deturpato dai flussi di persone che ogni giorno percorrono quest'Alta Via. Ovviamente la compresenza di un numero elevato di escursionisti può causare a lungo termine l'usura dei sentieri e dei tracciati più battuti. Ma questi problemi sono facilmente risolvibili in poco tempo grazie all'attività di ripristino a cui si dedicano le sezioni CAI (Berti, 1991).

Il patrimonio naturale viene mantenuto integro grazie alla gestione dell'attività turistica che vede nelle risorse naturali il principale fattore di attrattiva di queste zone.

Attraverso il continuo monitoraggio delle condizioni fisiche dell'ambiente, è possibile preservare la natura che circonda questo tracciato, proteggendo e valorizzando allo stesso tempo la flora e la fauna, garantendo quindi la biodiversità tipica di queste zone.

Molto importante invece è la valutazione dell'impatto dell'escursionista nelle strutture ricettive presenti lungo il percorso. Il comportamento adottato da coloro che pernottano nei rifugi è differente a seconda che si tratti di gente che percorre l'Alta Via o di gente di passaggio (molto spesso si tratta di famiglie di veri e propri turisti, nel senso negativo del termine).

Circa il 40% delle presenze nei rifugi è costituito da escursionisti che percorrono l'Alta Via. Gli appartenenti a questo gruppo sono dei veri e propri alpinisti, conoscono l'itinerario, rispettano ciò che incontrano lungo il percorso e le strutture ricettive in cui sono costretti a pernottare.

Il restante 60% è costituito invece da tutti coloro che pernottano una o più notti in un rifugio, non percorrendo però l'itinerario dell'Alta Via. Questi ultimi sono più che altro persone che vengono in montagna e che, non conoscendo bene i luoghi e le strutture che li ospiteranno, si aspettano di ritrovare le stesse comodità che incontrerebbero in un albergo di città. Partendo con un'idea sbagliata di cosa vuol dire visitare questi territori, queste

persone sono quelle che apportano maggior confusione, consumi e rifiuti all'interno dei rifugi<sup>75</sup>.

Nei rifugi alpini l'approvvigionamento di energia e lo smaltimento dei rifiuti liquidi e solidi configurano in genere rilevanti problemi tecnici ed economici, che spesso confliggono con l'esigenza di garantire effettive condizioni di sostenibilità ambientale. Per ridurre l'impatto relativo a questo problema, alcune strutture hanno adottato delle tecniche che consentono di trasformare i rifiuti in energia, tramite il riciclaggio. È il caso del rifugio casera Bosconero, che tramite il progetto *Bioenergia nei rifugi alpini: Energianova*, propone la sperimentazione di un sistema innovativo per la produzione di energia rinnovabile dagli scarti organici, che si originano nell'ambito di una gestione integrata e sostenibile dei liquami civili e dei rifiuti solidi<sup>76</sup>. Il progetto reso possibile grazie al finanziamento ricevuto dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Verona, Vicenza, Belluno e Ancona, al supporto del Consorzio Bacino Imbrifero Montano del Piave, dell'Istituto Nazionale della Montagna, e con il patrocinio del Comune di Forno di Zoldo, ha portato alla realizzazione e allo studio su scala reale del Sistema Energianova, mediante l'installazione di toilette per la separazione dei flussi, la costruzione di due vasche di fotodepurazione vegetale con essenze locali e l'installazione di un digestore anaerobico per la produzione di biogas ricavato dalle feci e dagli scarti organici di cucina. Il progetto di ricerca è iniziato nell'aprile del 2006, ed è durato due anni, durante i quali l'impianto è stato reso completamente operativo grazie al supporto tecnico e al continuo monitoraggio dell'Università di Padova. Oggi tutti i frequentatori del rifugio sono invitati ad osservare semplici regole di comportamento per contribuire al pieno successo della ricerca e al raggiungimento della sostenibilità ambientale in un contesto paesaggistico unico e prezioso.

---

<sup>75</sup> Riferimento tratto da indagine personale sul campo, vedi tabella paragrafo 5.3.

<sup>76</sup> Il sistema si basa sulla separazione alla fonte dei flussi fognari nelle toilette (urine, feci, acque grigie) e dei rifiuti solidi (scarti di cucina, residui combustibili, inerti), con successivo trattamento, specifico e mirato, delle componenti separate. La separazione dei liquidi avviene con l'impiego di specifiche toilette e di una rete di canalizzazioni differenziate, mentre per i rifiuti, il materiale viene depositato in contenitori separati e gli scarti di cibi sminuzzati in tritadori da cucina. Le matrici organiche putrescibili (feci e scarti di cucina) vengono trattate in un digestore anaerobico con produzione di biogas (metano al 60%), il gas prodotto viene utilizzato direttamente, previa filtrazione ed accumulo in gasometro, per l'alimentazione dei fuochi delle cucine. Le acque grigie e le urine, cariche di azoto e fosforo, sono trattate in letti di fotodepurazione. Oltre alla possibilità di riutilizzo, come acqua di servizio degli sciacquoni, dell'effluente depurato dalle vasche di fotodepurazione, si ha un notevole risparmio idrico con l'impiego del water speciale che riduce di oltre un terzo i tradizionali consumi idrici della pulizia delle toilette.

A livello d'impatto sociale, come abbiamo potuto vedere prima nella descrizione delle singole tappe, l'itinerario dell'Alta Via n.3 si snoda in un territorio di elevato valore storico-culturale.

Attraverso questo tracciato gli escursionisti percorreranno alcuni dei sentieri utilizzati durante la Grande Guerra, avendo la possibilità di vedere da vicino le grotte, gli avamposti e i bunker costruiti in quest'epoca. Un esempio in questo senso può essere la strada che porta al rifugio Vandelli, dove ancora oggi si possono intravedere delle costruzioni appartenenti all'epoca del primo conflitto mondiale. In alcuni casi il recupero di strutture risalenti a questo periodo, offre oggi dei punti di interesse culturale; è il caso del Museo nelle Nuvole sorto sulla cima del monte Rite, concepito come *"un laboratorio emotivo dove si impara ad avvicinarsi alle Dolomiti con gli occhi dei primi esploratori"*(Meridiani Montagne, 2013, p.74) Coloro che percorrono l'Alta Via avranno poi la possibilità di visitare zone di grande interesse naturalistico e scientifico, venendo a contatto e conoscendo gli habitat forestali e le specie della fauna presenti lungo tutto il percorso. È il caso della Val Tovanella, che si presenta oggi come un'area wilderness, poco frequentata dagli escursionisti per le difficoltà di accesso e per la sua conformazione orografica, ma di grande interesse paesaggistico.

Non manca poi il contatto diretto con le tradizioni che rendono caratteristici questi luoghi. Si Pensi ad esempio alle malghe e ai rifugi, dove si propongono prodotti e pietanze tipiche delle vallate dolomitiche. Un esempio in questo senso potrebbe essere il rifugio Prato Piazza dove il personale, vestito con gli abiti tradizionali della vallata pusterese, presenta e vende i propri prodotti a chilometro zero.

Inoltre questa Alta Via, come tutte le altre, offre la possibilità di avere dei veri e propri scambi culturali. La gente che percorre questi sentieri arriva da Stati con lingue e culture differenti. Circa il 15% delle presenze di coloro che percorrono l'Alta Via è di provenienza tedesca e austriaca. Il restante 85% si suddivide tra italiani, francesi, statunitensi e Paesi dell'Est<sup>77</sup>. La stragrande maggioranza della gente che si reca in montagna è gente aperta, pronta a conoscere persone e culture sempre nuove e diverse dalla propria. L'impatto sociale è quindi positivo, in quanto attraverso questo percorso è possibile mantenere intatti gli usi e i costumi di questi territori, e allo stesso tempo favorire nuovi scambi tra culture diverse. Attraverso questo percorso è possibile quindi promuovere la comprensione e il rispetto reciproco tra le persone, conservare il patrimonio storico-culturale dell'area,

---

<sup>77</sup> I dati sono relativi alle presenze registrate presso l'ufficio Pro Loco di Longarone. Vedi Fig.5.2.

favorire il dialogo interculturale e aumentare i legami tra popolazioni differenti rispettando i principi di uno sviluppo sostenibile.

Per quanto riguarda l'aspetto economico, l'Alta Via n.3 è un'importante fonte di reddito non solo per le strutture ricettive di cui usufruisce lungo il suo percorso, ma anche per tutte le strutture presenti nelle località che attraversa. Molto più spesso infatti, proprio perché i tempi di vacanza al giorno d'oggi si stanno restringendo, gli escursionisti preferiscono percorrere il tracciato saltando delle tappe e recandosi nei paesi a fondo valle per trascorrere la nottata. Di questa "nuova tendenza" godono le strutture e servizi di fondovalle, che offrono delle alternative a coloro che non se la sentono di percorrere in toto il percorso.

La valorizzazione delle risorse culturali permette l'aumento delle attività artigianali e agroalimentari, contribuendo al mantenimento della tradizione da un lato e alla creazione di nuovi impieghi dall'altro. Tutto ciò apporta un miglioramento economico alla zona dolomitica, favorendo la diminuzione degli spostamenti dovuti al problema della mancanza di lavoro, che ormai da tempo caratterizza quest'area.

Grazie al flusso continuo di escursionisti che la percorrono, l'Alta Via n.3 ha la possibilità di mantenere le attività presenti, creando posti di lavoro sempre nuovi, incentivando il recupero di strutture che rimarrebbero altrimenti inutilizzate, e migliorando quelle già presenti lungo il tracciato. Un esempio in questo senso è il rifugio Talamini. Costruito nel 1947 dall'Associazione dei cacciatori per andare a caccia di uccelli e volatili di migratoria, questa struttura venne utilizzata come ricovero fino agli anni Settanta da tutti coloro che si recavano al roccolo durante il periodo di caccia. Nel 1981 fu trasformato in un vero e proprio rifugio, gestito dal signor De Lorenzo Graziano fino al 2003 quando venne chiuso per lavori di ristrutturazione, che permisero l'ingrandimento e il miglioramento della struttura. Dal 2011 il rifugio Talamini è stato riaperto ed è tutt'oggi sfruttato da coloro che intraprendono l'Alta Via e i sentieri della zona.

Essendo soggetta ad un livello minimo di impatti negativi, si può infine affermare che l'Alta Via n.3 si sviluppa nel pieno rispetto del principio della capacità di carico. Analizzando e mantenendo inalterati i valori soglia richiesti dalle aree interessate, è possibile tenere sotto controllo il processo di sviluppo dell'attività turistica, in modo che quest'attività non crei danni nel lungo periodo.

Grazie alla tutela e al monitoraggio delle risorse presenti nei territori che questo percorso attraversa, e promuovendo lo scambio culturale, valorizzando la storia e le tradizioni legate a questi luoghi, l'Alta Via n.3 è riuscita a sviluppare un'attività turistica di tipo sostenibile, capace di soddisfare i bisogni delle generazioni di oggi e di domani, nel pieno rispetto dell'ambiente in cui si sviluppa.

### **5.3 Flussi turistici e presenze nei rifugi dell'Alta Via n.3**

La meta finale per coloro che, una volta portata a termine l'Alta Via n.3 vogliono registrare la propria impresa nel "Registro dei Percorritori", è l'ufficio IAT della Pro Loco di Longarone.

In questa sede l'escursionista ha la possibilità di segnare la data di partenza, la data di arrivo, il proprio nome e cognome, la società e lo stato di appartenenza, i giorni impiegati ed eventuali commenti relativi al tracciato.

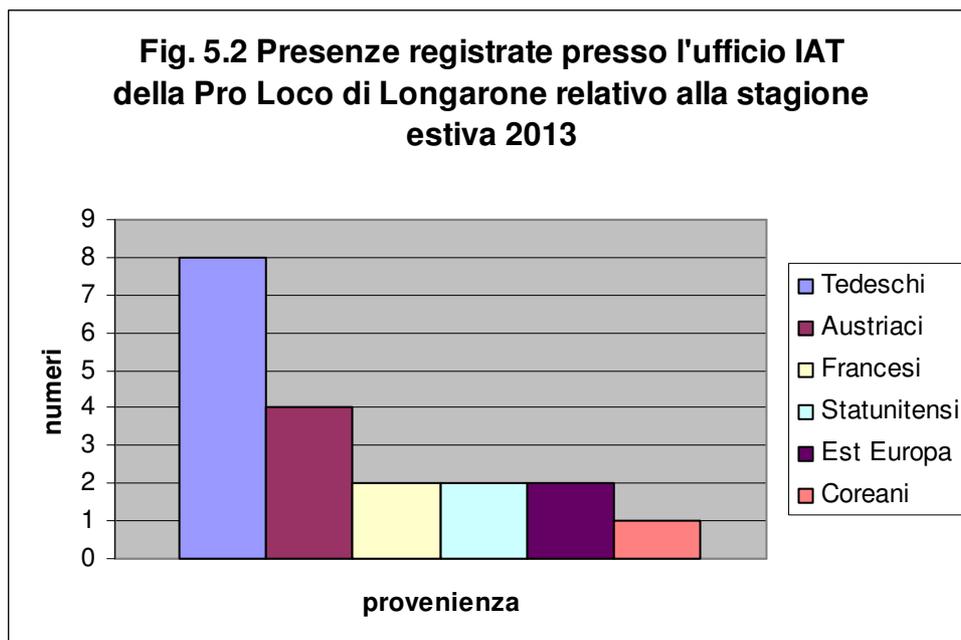
In relazione ai dati registrati presso questo ufficio, il primo percorritore della stagione 2013 è arrivato a Longarone il 03 luglio, concludendo l'itinerario in tre giorni.

A partire da questa data fino ad oggi (20.09.13) coloro che hanno intrapreso l'Alta Via n.3 sono 87, di cui 68 italiani e 19 stranieri<sup>78</sup>.

Gli stranieri che percorrono questa Alta Via sono per la maggiorparte tedeschi e austriaci, ma non mancano escursionisti provenienti da altri Paesi europei o extraeuropei.

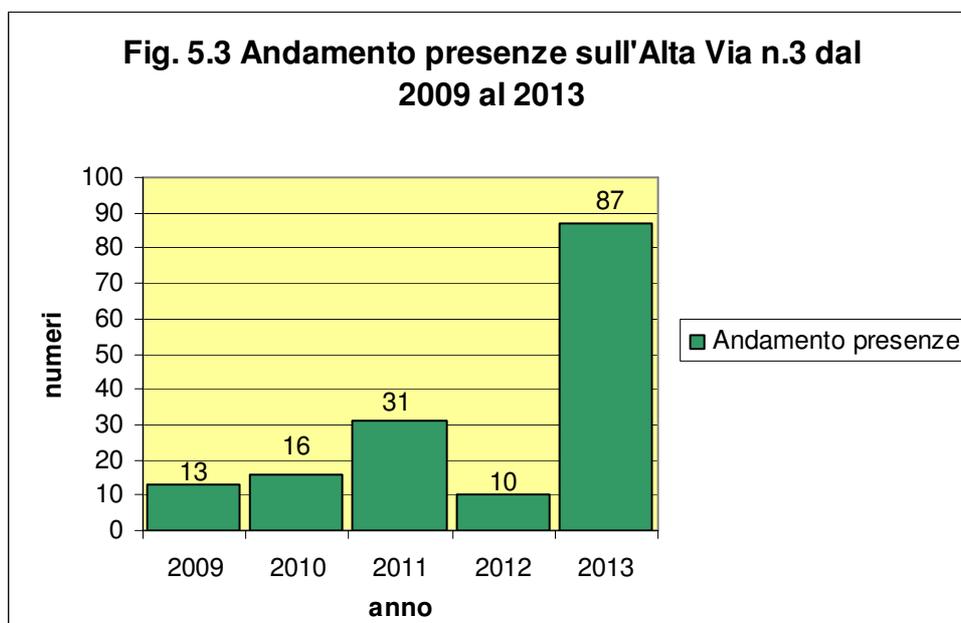
---

<sup>78</sup> Questi dati non coincidono con quelli raccolti nei vari rifugi, poiché non tutti coloro che percorrono l'Alta Via fanno o sono interessati a inserire il proprio nome nel "Registro dei Percorritori" e per ciò non compaiono tra i numeri presenti all'ufficio Pro Loco di Longarone. Il numero di persone che non vengono registrate è molto alto. Si noti la tabella 5.1.



Fonte: "Registro Percorritori" Alta Via n.3, Ufficio Pro Loco Longarone.

Secondo l'analisi dei registri tenuti presso questo ufficio si può affermare che l'Alta via n.3 ha riscosso una gran fama a partire dal 2009, anno del quarantesimo anniversario dell'Alta Via n.2. Questa ricorrenza infatti riuscì a far crescere nei turisti la voglia di conoscere e di intraprendere anche il terzo percorso dolomitico.



Fonte: "Registri Percorritori" Alta Via n.3, dal 2009 al 2013, Ufficio Pro Loco Longarone.

Come si può notare dal grafico precedente, dal 2009 è stato registrato un aumento notevole degli escursionisti, che si sono cimentati a portare a termine l'Alta Via n.3, conosciuta come la più singolare e difficile di tutte. Solamente il 2012 vede un calo delle presenze, dovuto molto probabilmente alle avverse condizioni atmosferiche, che hanno influenzato pesantemente i flussi turistici, accorciando il periodo di praticabilità del percorso.

Tenendo presente che i rifugi che si incontrano lungo l'Alta Via n.3 di norma sono aperti dal 20 di giugno al 20-25 settembre, e che la media delle presenze all'interno di queste strutture durante il periodo interessato varia a seconda delle tappe effettuate lungo il tragitto; riassumiamo nella seguente tabella l'analisi effettuata personalmente sul campo, attraverso le interviste fatte ai titolari dei rifugi e alla consultazione dei registi tenuti all'interno delle strutture ricettive prese in considerazione<sup>79</sup>. La tabella si basa su dati relativi agli ultimi due anni (2012-2013), e parte dal presupposto che, la media delle presenze relative ai pernotti nei rifugi che costituiscono tappa fissa varia da un minimo di 800 a un massimo di 1500 persone.

**Tab. 5.1 Presenze, periodo e rispetto per l'ambiente e le strutture lungo l'Alta Via n.3**

	<b>TOTALE PRESENZE ESTATI 2012-2013</b>	<b>PRESENZE IN RIFUGIO: ALTA VIA / ALTRE TIPOLOGIE DI ESCURSIONISTI</b>	<b>PERIODO</b>	<b>RISPETTO PER AMBIENTE E STRUTTURE<sup>80</sup></b>
<b>Rif. Vallandro</b>	1500	900 Alta Via; 450 Mountain bike; 150 Escursionisti giornalieri.	Luglio e Settembre	100% Alta Via; 25% Altre tipologie.
<b>Rif. Vandelli</b>	600	420 Alta Via; 180 Escursionisti giornalieri.	Luglio e Settembre	90% Alta Via; 30% Escursionisti giornalieri.

<sup>79</sup> In questa tabella sono riassunti i dati relativi ai cinque rifugi dove coloro che percorrono l'Alta Via n.3 effettuano il pernottamento. I restanti sono le strutture che non costituiscono tappa fissa o che non compaiono lungo il percorso principale (rif. Prato Piazza, rif. Maggiore Angelo Bosi, rif. Son Forca, rif. Capanna Tondi, rif. Faloria, rif. San Marco, rif. Scotter, rif. Talamini, rif. Dolomites).

<b>Rif. Venezia</b>	1300	130 Alta Via; 1170 Escursionisti giornalieri.	Luglio e Settembre	100% Alta Via; 80% Escursionisti giornalieri.
<b>Rif. Remauro</b>	800	160 Alta Via; 640 Escursionisti giornalieri.	Settembre	100% Alta Via; 60% Escursionisti giornalieri.
<b>Rif. Casera Bosconero</b>	1300	130 Alta Via; 520 Escursionisti giornalieri; 650 Alpinisti.	Luglio e Settembre	100% Alta Via ; 100% Altre tipologie.

Fonte: analisi sul campo tramite interviste e consultazione dei registri presenti nei cinque rifugi.

Il **Rifugio Vallandro** è il primo che si incontra lungo questo itinerario. La sua posizione centrale sull'altopiano di Prato Piazza, luogo dove si incrociano numerosi sentieri, fa sì che questa struttura sia la più frequentata da tutti coloro che attraversano la zona. Essendo meta della prima tappa dell'Alta Via n.3, le presenze in questo rifugio sono sempre molto numerose. Ben il 60% di coloro che effettuano il pernottamento sono escursionisti che percorrono l'Alta Via. Il restante 40% si suddivide tra coloro che attraversano questa zona in mountain bike (30%), effettuando dei percorsi ad anello che collegano la Val Pusteria con Cortina d'Ampezzo<sup>81</sup>; e gli escursionisti giornalieri (10%), che popolano la struttura specialmente durante i weekend. La maggior parte di coloro che percorrono l'Alta Via sono di provenienza tedesca, austriaca e svizzera, e il periodo di maggior frequenza è il mese di luglio; più difficile settembre poiché molto spesso le condizioni atmosferiche portano qualche nevicata e non permettono la percorrenza di questa tappa.

Essendo raggiungibile in meno di due ore dal passo Tre Croci, il **Rifugio Vandelli** è una meta molto ambita dagli escursionisti, che si recano ai piedi del Sorapiss in giornata. Tuttavia la

<sup>80</sup> Questa colonna si riferisce a una scala dove 100% corrisponde al massimo rispetto e 0% al minimo.

<sup>81</sup> Alcuni esempi in questo senso possono essere il percorso che collega San Vigilio di Marebbe alle Dolomiti d'Ampezzo attraverso i Parchi Naturali di Fanes-Sennes-Braies; o il percorso ad anello Villabassa- Prato Piazza- Carbonin Dobbiaco.

percentuale di presenze da parte di coloro che percorrono l'Alta Via all'interno di questa struttura è molto più alta che in tutti gli altri rifugi, e corrisponde al 70% . Il motivo per cui le presenze in questo rifugio sono così numerose è legato al fatto che molti escursionisti decidono di fermarsi una notte in più prima di continuare la traversata, per effettuare le vie e i sentieri che circondano questo gruppo montuoso. Si tratta per la maggior parte di turisti tedeschi ed inglesi (60%) che, indipendentemente dalle situazioni atmosferiche, percorrono questa tappa e pernottano in questo rifugio.

Il **Rifugio Venezia**, appartenente alla sezione CAI di Venezia, è il più antico rifugio d'Italia. Situato proprio ai piedi del monte Pelmo, questa struttura ricettiva offre ricovero a tutti coloro che intraprendono l'Alta Via e soprattutto a quegli alpinisti che percorrono i numerosi sentieri che circondano questo massiccio montuoso. La maggior parte delle presenze che interessano il rifugio Venezia (90%) infatti, è costituito da coloro che, effettuando il giro del Pelmo, o avendo come meta la cima di questo monte, pernottano nella struttura, così comoda per la sua posizione. Il restante 10% che costituisce le presenze relative all'Alta Via, è composto per un 50% da tedeschi e austriaci, e per l'altro 50% da italiani; si tratta per lo più di persone che popolano il rifugio specialmente nei mesi di luglio e settembre.

A differenza dei rifugi visti fin ora, il **Rifugio Remauro**, meta della quinta tappa di questo percorso, trovandosi lungo la strada che dal Passo Cibiana raggiunge Zoldo, è una struttura molto frequentata da gente di passaggio. Gli escursionisti, che raggiungono il rifugio Remauro soprattutto nel mese di settembre, si suddividono esattamente a metà tra tedeschi ed italiani.

La percentuale dei pernotti da parte di coloro che percorrono l'Alta Via risulta minima in confronto al numero di turisti che si fermano a dormire in questa struttura non percorrendo questo itinerario. Infatti, solamente il 20% delle presenze appartiene al gruppo di coloro che percorrono l'Alta Via n.3, mentre l'80% restante si suddivide tra escursionisti giornalieri e gente che come i motociclisti, capita per caso lungo questa strada.

Il **Rifugio Casera Bosconero**, l'ultima struttura gestita che si incontra lungo l'Alta Via n.3, ha ampliato la propria fama dopo la pubblicazione dell'articolo contenuto nella rivista

“Meridiani Montagne”, relativo a questo percorso. Fino all’anno prima infatti, le ultime tappe dell’Alta Via n.3 venivano molto spesso scartate, poiché ritenute difficili e faticose a causa del grande dislivello che le caratterizza. Tuttavia anche qui come nel caso del Rifugio Remauro, la percentuale relativa alle presenze degli escursionisti che percorrono l’Alta Via è veramente minimo. Solo un 10% delle presenze appartiene a questo gruppo, mentre il 90% si suddivide tra la categoria degli alpinisti, interessati ad aprire delle nuove vie sulle cime del gruppo montuoso di Bosconero, e la categoria di coloro che, percorrendo l’Anello Zoldano, fanno tappa in questa struttura. Coloro che intraprendono questo tratto dell’Alta Via sono perlopiù tedeschi ed olandesi (60%) e anche in questo caso il periodo di maggior frequenza è relativo ai mesi di luglio e settembre.

In tutti e cinque i rifugi presi in considerazione il rispetto per l’ambiente e per la struttura ricettiva è molto alto. La gente che visita questi luoghi è corretta ed educata, conosce bene il territorio, ne studia i percorsi e attraversa quest’area rispettando al massimo le risorse che la caratterizzano.

I numeri relativi alla gente che percorre questa Alta Via sono più o meno gli stessi da tre anni a sta parte. Ciò che più influenza i flussi turistici lungo questo percorso, come tutti gli altri, sono sicuramente le condizioni atmosferiche. Non di rado infatti in montagna capita un’estate fresca e piovosa, che non invoglia le persone a trascorrere più di qualche giorno in alta montagna, e spesso può capitare che nevichi ad alta quota anche nei mesi di luglio e agosto<sup>82</sup>. È proprio per questo motivo che il periodo più sfruttato da coloro che percorrono l’Alta Via è quello di settembre; durante questo mese infatti è più facile avere delle giornate limpide, soleggiate e non troppo afose. In tutti e cinque i rifugi gli stranieri risultano essere i più temerari, essi infatti nonostante le condizioni avverse, portano sempre a termine il percorso, non curanti dei capricci del tempo.

Ma vediamo ora cosa si può fare per incrementare i flussi turistici lungo questo tracciato.

---

<sup>82</sup> Quest’anno proprio a causa delle condizioni climatiche che hanno portato ad abbondanti nevicate in alta quota fino al mese di giugno, hanno di gran lunga influenzato i flussi turistici inerenti a questa Alta Via. Gli escursionisti infatti hanno dovuto attendere la metà di luglio e lo scioglimento totale della neve caduta per intraprendere questo itinerario.

#### **5.4 Idee e proposte per l'Alta Via "dei camosci".**

Una delle cose a cui si punta di più negli ultimi tempi è di realizzare delle campagne pubblicitarie che mettano in risalto questi luoghi ancora sconosciuti in confronto a quelli percorsi dalle prime due Alte Vie, sviluppando dei progetti che garantiscano la valorizzazione delle risorse presenti in questi luoghi e rendendo ancora più popolare questo tipo di turismo legato alla natura.

Attraverso la pubblicazione di inserti all'interno di riviste di Paesi Stranieri è possibile infatti differenziare l'immagine e rendere maggiormente noto questo percorso, favorendo nuovi scambi culturali e proponendo un'esperienza unica in grado di regalare emozioni e sensazioni straordinarie.

Solo attuando delle strategie volte a far conoscere quest'itinerario, sarà possibile rilanciare gli elementi che vanno a costituire questo territorio, ampliando la competitività non solo delle zone attraversate dall'Alta Via n.3, ma di conseguenza anche tutte quelle circostanti. Effettuando un'attenta analisi della domanda sarà poi possibile proporre delle alternative in grado di ampliare il mercato e rendere più facile il soddisfacimento dei bisogni dei clienti.

Come accennato nel capitolo precedente un punto di forza su cui puntare per invogliare la gente a percorrere questo itinerario, potrebbe essere quello inerente al collegamento con il percorso della Ciclabile delle Dolomiti. Una volta arrivati a Longarone infatti, come si può fare per ritornare al punto di partenza per recuperare la macchina? La proposta consiste nell'effettuare in treno il tratto che congiunge Longarone a Calalzo di Cadore, per procedere poi con la bicicletta fino a Villabassa, attraverso la *Lunga Via delle Dolomiti*<sup>83</sup>. Ovviamente per permettere ciò bisognerebbe offrire un servizio di noleggio mountain bike vicino alla stazione ferroviaria di Calalzo, in modo da rendere possibile la traversata. A tutt'oggi questo servizio è ancora inesistente, infatti coloro che si possono permettere questo itinerario sono costretti ad utilizzare i propri mezzi.

---

<sup>83</sup> La Lunga Via delle Dolomiti è direttamente collegata con la rete ciclabile dell'Alto Adige, verso Bressanone lungo la Val Pusteria, e dell'Austria con la pista ciclabile della Drava, che arriva fino a Maribor in Slovenia.

Fig. 5.4 La Lunga Via delle Dolomiti



Questa proposta permette ai turisti di attraversare le vallate dolomitiche con un mezzo non inquinante, e allo stesso tempo permette di visitare quei paesi che fino a qualche giorno prima si vedevano dalla cima dei monti. Si tratta di un'esperienza unica in grado di offrire la possibilità di conoscere tutte le peculiarità inerenti ai villaggi montani che la Lunga Via delle Dolomiti attraversa; dai punti di interesse storico come il "centro sacrale di epoca romana" rinvenuto nella località di *Lagole* a Calalzo di Cadore<sup>84</sup>; a quelli culturali come il "Museo

<sup>84</sup> La zona archeologica di Lagole è sicuramente la più interessante dell'alto bellunese. Si trattava di uno dei più importanti siti sacri della civiltà paleo-veneta legato alle divinità della fertilità per le suggestive e magiche sorgenti d'acqua. Tutti i reperti archeologici ritrovati in questi luoghi sono oggi conservati presso il Museo delle Regole a Pieve di Cadore.

Etnografico delle Tradizioni Popolari”di San Vito di Cadore<sup>85</sup>; ai punti di interesse naturalistico come il “Parco Naturale delle Dolomiti d’Ampezzo”.

Oltre a queste proposte all’interno dei rifugi che si incontrano lungo l’Alta Via è possibile trovare delle cartine, che propongono itinerari prospicienti alle strutture ricettive dove gli escursionisti pernottano. Questi percorsi offrono, al turista che lo desidera la possibilità di conoscere a fondo e di trascorrere più tempo tra le montagne che costituiscono i gruppi montuosi di questo itinerario, e alle strutture ricettive di avere un numero più elevato di presenze durante il periodo d’apertura.

Sfruttando le leve giuste, l’Alta Via n.3 è riuscita negli anni a distinguersi dalle altre consorelle e a farsi conoscere un po’ in tutta Europa. Con lo sviluppo di un’attività compatibile con l’ambiente naturale e sociale essa è riuscita a valorizzare le componenti storiche, paesaggistiche e culturali che da tempo appartengono a questi luoghi puri ed incontaminati. Grazie al suo percorso così caratteristico e alla sua difficoltà così accentuata, fin dai tempi della sua ideazione questo percorso ha attratto persone provenienti da luoghi diversi, ma con la stessa idea in testa, quella di superare le sfide imposte dall’ambiente montano e portare a termine questo percorso che si snoda sulla catena montuosa più belli d’Italia: le Dolomiti.

---

<sup>85</sup> Questo museo è situato in due differenti edifici storici : l’ ex stazioncina della ferrovia e la sede dell’ex latteria in località Resinego di Sotto. All’interno della prima struttura è contenuta una mostra sul treno che percorreva quello che oggi è il tracciato della Ciclabile delle Dolomiti. La seconda sede è caratterizzata da due piani: il piano terra ospita quattro sale rispettivamente dedicate alla lavorazione del latte, allo sport e tematiche varie con una importante varietà oggettistica (cineprese, serrature in legno, vecchi calamai e banchi scolastici, ecc.), una terza sala che raccoglie manufatti destinati alla cucina (lavatrice Miele del 1925) e un’ultima stanza dedicata alla lavorazione del legno. Il primo piano conserva invece una ricca collezione appartenente al Corpo dei Vigili del Fuoco, un parte riservata all’agricoltura e alla filatura e infine un magazzino con altri oggetti non esposti.

## CONCLUSIONE

A causa della sua natura fisica, l'ambiente montano è da sempre stato ritenuto un territorio pericoloso, diverso, svantaggiato e abitato da creature leggendarie.

Con lo sviluppo dell'attività alpinistica si è aperto un nuovo orizzonte, che ha permesso ai piccoli paesini di montagna di svilupparsi e migliorarsi per diventare delle vere e proprie mete turistiche. Offrendo opportunità sportive sempre diverse e affiancando a queste la possibilità di rilassarsi nella natura, la montagna è riuscita pian piano a uscire da quella marginalità che tanto la caratterizzava e la distingueva dalle altre destinazioni turistiche.

Tuttavia la lontananza dalle aree urbane rimane un elemento che caratterizza il turismo alpino. Negli ultimi tempi per mantenere la loro competitività a livello turistico, le località montane hanno cercato di proporre nuove attrattive in grado di soddisfare le richieste di un cliente sempre più esigente. Esse hanno quindi cercato di vedere in modo positivo questa marginalità, e hanno provato a sfruttarla come leva per attrarre dei nuovi flussi turistici.

Coloro infatti che giungono in montagna ricercano cose sempre nuove, che siano in grado di offrire qualcosa di unico, di speciale e di diverso da quello a cui sono abituati.

Il turista di oggi cerca un prodotto che sia capace di fargli vivere delle emozioni mai provate prima, e che possano imprimere dentro di lui un ricordo vivido e positivo.

La nascita di percorsi come le Alte Vie delle Dolomiti è stata molto importante per queste località di montagna, proprio perché in grado di offrire ai propri visitatori le sensazioni che cercavano.

Attraverso lo sviluppo di questi itinerari, l'ambiente montano è riuscito a farsi conoscere e apprezzare per quello che è, un territorio puro e incontaminato, dove la presenza dell'uomo può persistere solo se rispettosa dell'ecosistema.

Grazie allo sviluppo di un turismo sostenibile sui tre livelli economico, ecologico e sociale, oggi le Alte Vie sono una delle attrazioni più importanti per la zona dolomitica.

Nati come segno di riappacificazione tra due Paesi distrutti dalla guerra, questi itinerari sono oggi un importante mezzo per promuovere gli scambi sociali e valorizzare le risorse che appartengono a questo territorio.

Attraverso la promozione di questi itinerari di qualità, in grado di promuovere lo sviluppo economico, adottando progetti che rispettino la sostenibilità ambientale e mantengano intatta la cultura e le tradizioni di queste aree di montagna, è possibile ampliare i flussi turistici che si recano oggi sulle Dolomiti.

Solamente essendo consapevoli delle risorse che questo territorio può offrire, studiando la modalità più appropriata per sfruttarle, e tenendo conto dei limiti e della capacità di carico del territorio sarà possibile apportare maggiori risultati positivi a questa zona. Per questo i progetti portati avanti coraggiosamente dai villaggi dolomitici rappresentano un valido contributo per la riqualificazione del turismo di tutta la zona.

Ad esempio puntando sulla valorizzazione delle attività artigianali lungo le Alte Vie, si è in grado non solo di mantenere intatte le tradizioni montane, ma anche di fornire nuovi impieghi alla popolazione locale, facendo fronte così all'abbandono che da tempo caratterizza quest'area.

Purezza, natura, storia e cultura, sono queste le parole chiave su cui questi itinerari fondano la loro notorietà. Appoggiandosi l'una sull'altra queste parole infatti sono in grado di fornire un'attrattiva turistica di grande livello, consentendo alle località di montagna di stare al passo con i ritmi frenetici di questa modernità.

## APPENDICE

### INTERVISTA A MAURO DE VIDO VICEPRESIDENTE DEL CAI DI SAN VITO DI CADORE SUL PROGETTO: ANELLO VAL BOITE

#### **Da dov'è nata l'idea di creare questo percorso?**

Bè diciamo che la spinta ce l'ha data il CAI di Bolzano, che voleva fare un percorso con dei ragazzi nelle nostre zone, che non fosse troppo impegnativo. Pensando alle due cime più note delle Dolomiti Orientali, il Pelmo e l'Antelao, abbiamo pensato di ideare un percorso ad anello che permettesse di valorizzare i territori limitrofi a queste due vette, note sia dal punto di vista alpinistico che dal punto di vista estetico.

#### **In che cosa consiste questo progetto?**

L'idea è quella di creare un itinerario circolare, che ripercorra il tragitto del torrente Boite, dalla sorgente, situata in località *Ra Stua*, fino alla sua immissione nel fiume Piave a Perarolo di Cadore. Ovviamente essendo ad anello, questo percorso sarà costituito da due sentieri che permetteranno di effettuare il tragitto di andata e di ritorno sui due versanti, appunto quello del Pelmo e quello dell'Antelao, attraversando zone di alto interesse naturalistico, storico e archeologico.

Si tratterebbe a tutti gli effetti di un'Alta Via che ripercorre una serie di sentieri, rimanendo in quota e facendo tappa in un certo numero di rifugi.

#### **Perché avete scelto un percorso ad anello?**

Diciamo che l'idea è nata su falsa riga dell'Anello Zoldano. Questa tipologia di percorsi permette all'escursionista di effettuare un itinerario completo in pochi giorni, stando quindi al passo con le esigenze del turista di oggi, che preferisce organizzarsi le ferie dividendo il tempo libero tra mare e montagna e non è più disposto a trascorrere settimane per portare a termine un percorso. In questo modo noi offriamo una nuova opportunità che gli permetta di visitare dei luoghi incontaminati e carichi di fascino attraverso un itinerario che richiede dai tre ai cinque giorni.

### **Che cosa ci si aspetta da questo itinerario?**

È un nuovo modo per rivalutare la zona della Val Boite, con tutti i suoi servizi e strutture ricettive di conseguenza. Proponendo questo percorso, offriamo al turista la possibilità di visitare una zona non ancora legata ad un'Alta Via, ma già nota per i suoi sentieri e paesaggi. Attraverso l'anello Val Boite cerchiamo quindi di far conoscere e valorizzare questi luoghi, promuovendo un turismo di tipo sostenibile.

### **Ma se avete pensato alla costituzione di una nuova Alta Via, questo significa che i numeri ci sono, cioè..c'è ancora gente che le percorre?**

Bella domanda! Ecco questo è stato proprio uno dei motivi che ci ha spinto a proporre il circuito. Secondo l'analisi dei registri tenuti dai rifugi i numeri ci sono. I turisti che giungono in queste zone sono sempre più interessati a percorrere le Alte Vie, ne sentono parlare e vogliono venire a vivere quest'esperienza in prima persona. Ovviamente ci sono anche altre Alte Vie in giro per l'Europa, ma sicuramente quelle delle Dolomiti sono tra le più praticate. Gente da tutto il mondo si reca nelle nostre valli per vedere questi famosi "Monti Pallidi" e riscoprirne gli elementi antropici e culturali che li caratterizzano.

### **Come si fa a promuovere quest'idea?**

Innanzitutto bisogna affinare il lavoro. Fin'ora abbiamo solo fatto una serie di riunioni con le sezioni CAI di Pieve e di Cortina per valutare la fattibilità del percorso. Ma per rendere concreta quest'idea bisogna prima di tutto verificare la transitabilità dei sentieri, che lo andranno a costituire e poi contattare tutti i rifugi e le Guide Alpine in grado di fornire un appoggio per gli eventuali escursionisti.

In un secondo momento si cercherà di inserire on-line il percorso. Noi abbiamo un sito personale dove con un login possiamo entrare ed introdurre tutte le novità e le informazioni relative ai tracciati. Ovviamente poi si cercherà di fare una pubblicazione, magari con una cartina, contattando la Tabacco per realizzarne una esclusivamente per la zona della Val Boite.

Infine molto importante è la mappatura GPS. Al giorno d'oggi capita spesso che i turisti meno esperti di alpinismo trovino le informazioni o le mappe dei sentieri in blog o siti che non sono per niente affidabili. Grazie alla mappatura GPS un'escursionista sa già a cosa

andrà in contro e che cosa si troverà davanti una volta sul luogo; inoltre può calcolare i dislivelli e valutare possibili alternative.

**Che impatto può avere la costituzione di una nuova Alta Via a livello ambientale, sociale ed economico?**

Il CAI Nazionale dice: “manteniamo quello che c’è e non facciamo cose nuove”, ed è su questo principio che noi ci basiamo per la costituzione di questo itinerario. I sentieri utilizzati e le strutture ricettive di cui necessita un’Alta Via esistono da tempo in questi luoghi; quindi il percorso non apporterà modifiche all’ambiente. Ovviamente il passaggio di comitive di turisti potrà andare a peggiorare o a rovinare i sentieri e inoltre apporterà un maggior numero di rifiuti all’interno dei rifugi, ma l’impatto ambientale rimarrà comunque minimo.

Ogni anno il CAI è incaricato di valutare lo stato dei sentieri e, nel caso in cui fosse necessario, ha l’obbligo di regolare i tratti rovinati dalle condizioni atmosferiche o dal flusso di turisti in transito. A livello sociale, le Alte Vie permettono sicuramente lo scambio culturale. Un escursionista che percorre questi itinerari trascorre più di una settimana a contatto con la storia e la cultura di questi luoghi di montagna. Egli viene a contatto con la gente del posto ed è sempre pronto a spostarsi da un luogo all’altro per ampliare le proprie conoscenze.

Per quanto riguarda l’aspetto economico, l’escursionista è un turista quindi indipendentemente da dove pernotta o che servizi usa, apporta un beneficio economico all’intera zona.

**E sul turismo invece, che impatto può avere l’ideazione di questo percorso?**

Sicuramente positivo. La maggior parte dei turisti che giungono in montagna, arrivano nelle nostre valli per praticare sport e attività a contatto con la natura. Questo percorso, come detto prima, offre una nuova opportunità al turista amante della montagna di praticare queste attività in una zona diversa dalle solite, rendendola nota e valorizzandola. Avere una nuova Alta Via come fonte di attrazione turistica non può che aumentare i flussi turistici diretti nel territorio dolomitico, e aiutare a migliorare le strutture e le infrastrutture di cui gode questo settore.



## BIBLIOGRAFIA

- AA.VV. (1971), *Le Alpi*, Selezione dal Reader's Digest, Milano.
- AA.VV. (2002), *Museo nelle Nuvole, Monte Rite*, Comune di Cibiana di Cadore.
- ADDIS M. (2007), *Ad uso e consumo. Il marketing esperienziale per il manager*, Pearson Paravia Brno Mondadori S.p.A.
- ANDREOTTI E. e MACCHIAVELLI A. (2008), *L'innovazione nelle destinazioni turistiche alpine, riferimenti teorici e buone pratiche*, Franco Angeli, CESTIT, Milano.
- BALL J.(2007), *Guida alle Alpi Orientali, Capitolo XVI Sudtirolo e Alpi Venete*, Belluno.
- BERTI C. (1991), *Rifugi e sentieri alpini sulle Alpi venete, Dolomiti della Valle del Boite*, guida escursionistica, Nuovedizionidolomiti, Belluno.
- BIEDERMAN P.S. et alt. (2008), *Travel and tourism, an industry primer*, Pearson, New Jersey.
- CANDELA G. FIGINI P. (2012), *The Economics of tourism destinations*, Springer.
- CASARI M. (2008), *Turismo e geografia*, Hoepli, Milano.
- CENCINI C. (2003), *Economia e sviluppo sostenibile*, Patron.
- Ciset (2009), *Il turismo montano in Italia. Modelli, strategie, performance*, ONT in collaborazione con Ciset, DOXA e MERCURY, Roma.
- COOPER C., FLETCHER J., GILBERT D., SHEPHERD R., WANHILL S. (2002), *Economia del Turismo*, Zanichelli, Bologna.
- COSTA P., MANENTE M., FURLAN M.C. (2002), *Politica economica del turismo*, Touring Club Italiano.
- DOLOMITI LIVE (2012), *DOLOMINFOQUALITY, Sviluppo e monitoraggio transfrontaliero della qualità dell'informazione turistica*, Interreg IV Italia-Austria.
- DONA' V. (2007), *Cadore, guida storica geografica alpina*, Comunità montana di Centro Cadore, Nuovi Sentieri Editore, Bologna.
- FRASS H. (1972), *Vie attrezzate sulle Dolomiti*, Tamari editori, Bologna.
- FURLANIS S., ODDONE E., PICCIN G. (2009), *Vivere Dolomiti UNESCO, corso d'informazione di base sul patrimonio Dolomiti UNESCO*, DOLOMITI PROJECT S.R.L., Venezia.
- GRAHAM A MILLER, TWINING-WARD L.(2005), *Monitoring for a Sustainable Tourism Transition: the challenge of Developing and Using Indicators*, Cabi.

- HOLDEN A. (2008), *Environment and tourism; second edition*, Routledge, New York.
- I LIBRI BIANCHI DEL TOURING CLUB ITALIANO n.13 (2005), *Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico*, a cura della Direzione Studi e Ricerca TCI in collaborazione con CONAI.
- MACCHIAVELLI A. (2006), *Il turismo montano tra continuità e cambiamento*, Franco Angeli, CESTIT, Milano.
- MACCHIAVELLI A.(2004), *Il Turismo della neve, condizioni per operare in un contesto competitivo*, Franco Angeli, CESTIT, Milano.
- MERIDIANI MONTAGNE n.50 (maggio 2011), *Dolomiti-Alta Via n.1*, Editoriale Domus.
- MERIDIANI MONTAGNE n.56 (maggio 2012), *Dolomiti-Alta Via n.2*, Editoriale Domus.
- MERIDIANI MONTAGNE n.62 (maggio 2013), *Dolomiti-Alta Via n.3*, Editoriale Domus.
- MUSIZZA W. e DE DONA' G. (2002) , *Il forte di Monte Rite 1910-1918*, Ed. D.B.S., Seren del Grappa.
- MUSIZZA W. e MAIEROTTI M. (2001), *Margerita, una regina sulle Dolomiti*, Belluno.
- RODITTI G. (2008), *Sostenibilità e innovazione nello sviluppo turistico*, Milano.
- ROMEI P. (2008), *Turismo sostenibile e sviluppo locale*, Cedam.
- UNITED NATIONS (2012), *The future we want*, Rio de Janeiro, Brazil.
- TINACCI MOSELLO M. (2008), *Politica dell'ambiente, analisi azioni progetti*, Il Mulino.
- WTTC (2010), *Travel and tourism economic impact*, a cura del World Travel & Tourism Council, Italy.
- WTO (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, a Guidebook*, World Tourism Organisation.
- ZANDONELLA CALLEGHER I. (2005), *Le Dolomiti "Alta Via" n.1*, ideata da Mario Brovelli, a cura di Italo Zandonella Callegeher, Amministrazione Provinciale di Belluno.
- ZANDONELLA CALLEGHER I. (2005), *Alta Via Europa 2*, ideata da Mario Brovelli, a cura di Italo Zandonella Callegeher, Amministrazione Provinciale di Belluno.
- ZANDONELLA CALLEGHER I. (2005), *Alta Via delle Dolomiti n.3, da Villabassa-Niederdorf a Longarone*, Dolomiti Turismo srl, Belluno.
- ZARDINI FOLOIN N. (2000), *Dolomiti, viaggio attraverso un regno incantato*, Light Hunter Publications, Cortina.

## **SITOGRAFIA (ultima consultazione 07.10.2013)**

[www.altocadore.it](http://www.altocadore.it) (portale dell'Alto Cadore dedicato anche ad itinerari montani)

[www.difesambiente.it](http://www.difesambiente.it) (sito sulla difesa dell'ambiente)

[www.dolomitiunesco.it](http://www.dolomitiunesco.it) (sito delle Dolomiti Patrimonio dell'UNESCO)

[www.dolomiti-unesco.org](http://www.dolomiti-unesco.org) (sito ufficiale delle Dolomiti nominate Patrimonio dell'Umanità)

[www.dolomitiunesco.info](http://www.dolomitiunesco.info) (sito ufficiale Dolomiti-Dolomiten-Dolomites-Dolomitis UNESCO)

[www.dolomitiproject.it](http://www.dolomitiproject.it) (sito dell'omonima società di consulenza)

[www.dolomiti-altevie.it](http://www.dolomiti-altevie.it) (portale delle Alte Vie delle Dolomiti)

[www.infodolomiturismo.it](http://www.infodolomiturismo.it) (sito ufficiale della Provincia di Belluno relativo alle Dolomiti)

[www.interreg.net](http://www.interreg.net) (sito europeo dedicato al progetto Italia-Austria)

[www.magicoveneto.it](http://www.magicoveneto.it) (sito dedicato a trekking, cicloturismo, arte e storia)

[www.minambiente.it](http://www.minambiente.it) (sito del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare).

[www.nuovocadore.it](http://www.nuovocadore.it) (portale del Cadore)

[www.ontit.it](http://www.ontit.it) (sito ufficiale dell'Osservatorio Nazionale del Turismo)

[www.rifugiovandelli.it](http://www.rifugiovandelli.it) (sito ufficiale del rifugio Vandelli)

[www.rifugioremauro.it](http://www.rifugioremauro.it) (sito ufficiale del rifugio Remauro)

[www.sentieridautore.it](http://www.sentieridautore.it) (sito sui sentieri di montagna)

[www.turismo-sostenibile.org](http://www.turismo-sostenibile.org) (sito guida sul turismo sostenibile)

[www.unwto.org](http://www.unwto.org) (sito ufficiale della World Tourism Organisation).

