

Akademie der
Toblacher Gespräche

Accademia dei
Colloqui di Dobbiaco



Tobias Luthe

Acqua e neve passata.

La resilienza delle stazioni turistiche
invernali nell'era dei cambiamenti climatici

Acqua e neve passata.

La resilienza delle stazioni turistiche invernali nell'era dei cambiamenti climatici

Oltre ad essere uno sport che appassiona milioni di persone in tutto il mondo, lo sci è per molte persone parte integrante del proprio stile di vita, ed è anche un pilastro economico del turismo montano, radicato profondamente nella cultura e nelle tradizioni di molti territori. Ma lo sport e l'industria sciistica sono sempre più in affanno per effetto delle mutate preferenze dei consumatori, dei progressi tecnologici, degli sviluppi socioeconomici e dei cambiamenti climatici. Saremo o no in grado di trasformare le ricadute molteplici di questi nuovi fenomeni in un'occasione propizia per dare una svolta positiva allo sci e agli sport invernali? Quanto è resiliente, resistente e innovativa l'industria della neve? E quali sono i meccanismi più importanti per dare un futuro agli sport invernali?

Il mio intervento affronta il sistema complesso degli sport sciistici e invernali, soffermandosi sugli elementi e i meccanismi su cui far leva per imprimere una svolta sostenibile al settore. In sintesi, le mie posizioni si possono riassumere in quattro tesi:

- 1) Il turismo invernale è in crisi, ma questa crisi possiamo sfruttarla per trasformare il settore e renderlo più resiliente. Adeguandosi ai cambiamenti climatici, demografici, economici e anche culturali in atto ormai da diversi anni, e dando una forte spinta innovativa, si può rafforzare la resistenza o "resilienza" del turismo invernale nei confronti di questi fenomeni. Le crisi sono dei momenti fisiologici e necessari per rinnovare e far crescere ogni sistema, come ci insegna molto bene l'esempio degli ecosistemi silvestri. Dobbiamo immaginarci lo sviluppo dei sistemi sociali ed ecologici come una linea ondulata: dopo una fase stabile sulla "cresta" dell'onda", giunge una fase di declino e di crisi che fa scendere la curva verso il basso. Ma correggendo o, ancora di più, modificando profondamente il sistema, la curva torna a crescere per riportarsi in una nuova fase di massimo sviluppo. Anche questa nuova fase positiva, prima o poi, sarà interrotta da una nuova onda discendente, e proprio per questo è sbagliato aspettarsi una crescita ininterrotta e costante di un sistema. Questa metafora dell'onda dimostra che un sistema socio-ecologico – come lo è il turismo invernale – attraversa periodicamente fasi di crescita e di calo, ma anche che degli adeguamenti tempestivi possono scaturire trasformazioni di lungo respiro che ne migliorano la resilienza. La situazione attuale del turismo invernale nelle Alpi, però, richiede di più di un mero adeguamento, bensì una vera trasformazione in grado di dare un futuro duraturo e sostenibile allo sport invernale, adottando opportuni strumenti di anticipazione e gestione.

2) Dobbiamo abituarci a pensare in termini di “sistema”. I maestri di sci, i gestori degli impianti di risalita, gli organizzatori di eventi sportivi, i ristoratori o gli albergatori, sono tutti delle tessere essenziali di quel fitto mosaico sociale ed economico su cui poggia il turismo alpino, invernale e non. Spesso si tende a sottovalutare la loro importanza e il loro ruolo per rafforzare la resilienza del turismo, ma oggi dobbiamo porre maggiormente l’accento sulla loro responsabilità per una svolta sostenibile. Ogni destinazione turistica sta diventando una rete sempre più flessibile, informale e dinamica di molti soggetti economici diversi. Chiediamoci, dunque, come il turismo invernale può sfruttare le proprie opportunità e farsi carico delle proprie responsabilità all’interno di queste reti. L’approccio giusto deve passare attraverso la collaborazione, la partecipazione e il coordinamento. Di fatto, tutto è interconnesso, e i problemi si possono affrontare solo partendo dal sistema, poiché ogni modifica determina una serie di ricadute più o meno collaterali. Certo, fare interagire e coordinare fra loro dei fattori sociali, economici ed ecologici costì variegati è un’impresa complessa, ma il vantaggio dei sistemi complessi è che hanno una loro struttura, che dobbiamo riconoscere e sfruttare facendo leva sui meccanismi che la regolano. Chi pensa in termini di sistema, ad esempio, non prova invidia, poiché quanto meglio stanno gli altri, tanto più ne beneficiano tutti i soggetti del sistema. Occorre dunque collaborare più assiduamente, individuare e sfruttare le sinergie dentro e fuori il turismo, anche con altri settori economici nello spirito della filiera locale e della cosiddetta *blue economy*.

3) Il mercato degli sport invernali è in calo, e la domanda sta cambiando. Ecco perché l’industria dello sci dovrebbe ripensare la propria offerta, adeguandola a turisti più ibridi che richiedono proposte più diversificate. Cambiano costantemente le caratteristiche, le provenienze e i comportamenti dei turisti, ormai non più catalogabili secondo gli schemi e le categorie tradizionali del turismo, ma molto eterogenei e con esigenze multiple. Il numero di chi pratica attivamente gli sport invernali calerà nei mercati di provenienza tradizionali, ma in compenso aumenterà nei mercati nuovi, come la Cina, che richiedono un approccio completamente diverso. Le proposte delle stazioni turistiche invernali vanno quindi modificate e adeguate a queste nuove esigenze, per esempio ripensando e ampliando il ruolo tradizionale e la formazione tecnica dei maestri di sci, facendone dei prestatori multifunzionali e flessibili di servizi, dotati di conoscenze linguistiche e competenze interculturali, e in grado di fungere da ambasciatori dell’ambiente. Stesso dicasi per le guide alpine. Inoltre, occorre rendere più semplice e più economico l’accesso alla montagna per i turisti più giovani, focalizzandosi meno sullo sci alpino in generale, e di più sui fattori che spingono una persona a ritornare nella stessa destinazione turistica.

Sarebbe anche utile pensare a categorie di turisti con esigenze particolari, come gli anziani, o quelli che provengono da culture diverse, come i profughi di oggi che in futuro arricchiranno il panorama ibrido dei turisti invernali. Nel complesso, il mercato del turismo invernale è destinato a calare, mentre aumenteranno i prezzi degli impianti di risalita, ma proprio per questo si dovrà essere più dinamici nella definizione delle tariffe, integrando ad esempio il biglietto di una corsa in funivia con una serie di altre proposte e servizi. Anche su questo piano, è indispensabile far leva su collaborazione, diversificazione e maggiore flessibilità.

4) I cambiamenti climatici sono il fattore da cui deriverà la spinta più forte al cambiamento negli sport invernali. Il 2014 è stato l'anno più caldo da quando esistono i rilevamenti termici nelle Alpi, e anche se arriveranno degli anni meno caldi, la tendenza all'aumento delle temperature è alla lunga inarrestabile. Ecco perché, in un'epoca caratterizzata da estrema carenza di risorse idriche, puntare sull'innnevamento artificiale in certi territori, come la California, non può essere una soluzione duratura, e lo stesso vale per una scelta assai discutibile come quella di assegnare lo svolgimento di grandi eventi sportivi sulla neve a regioni aride come il distretto di Pechino, costrette a ricorrere a sistemi di innnevamento artificiale costosi e a forte impatto sull'ambiente. Benché al giorno d'oggi sappiamo sempre di più sui cambiamenti climatici, per esempio sulle emissioni di anidride carbonica causate dai trasporti, sui conseguenti rialzi della temperatura e quindi sul calo dell'innnevamento naturale, continuiamo ad anteporre la massimizzazione del beneficio e della comodità individuale alla responsabilità ecologica. Come possiamo fare, quindi, a conciliare la nostra passione per gli sport invernali, la voglia di andare a caccia di zone innevate in giro per il mondo, o la smania di acquistare attrezzature sempre più all'avanguardia, con la nostra responsabilità per l'ambiente? Per prima cosa, dovremmo informarci molto meglio sui cicli di vita e sull'impatto ecologico dei prodotti, e sulle emissioni inquinanti legate alla loro produzione. Con queste conoscenze, aumenterebbe la nostra sensibilità sugli effetti sistemici delle nostre azioni e sui limiti di resistenza del nostro ecosistema, e il tutto si tradurrebbe in scelte più ragionevoli in termini di mobilità e consumo, ispirate alla qualità e non alla quantità.

È ormai assodato che tutti i soggetti coinvolti direttamente o indirettamente nel turismo invernale devono assumere un ruolo più attivo, innovativo e sensibile, affrontando consapevolmente e coraggiosamente i cambiamenti in atto nell'ambiente e nel mercato. Il mio intervento illustra i meccanismi su cui si può far leva ottenendo dei risultati concreti, ma solo a patto che la comunità del turismo invernale adotti un atteggiamento più responsabile e

sfrutti le opportunità di intervento, anche guardando agli esempi positivi già realizzati a livello internazionale. Un presupposto per trasformare il sistema del turismo invernale e renderlo più resiliente, è ripensare i prodotti, i servizi, le infrastrutture e i processi dell'attività turistica in base a criteri sociali ed ecologici. Dobbiamo "fare" di più, non di meno, investendo più energie, idee, coraggio e capacità di coordinamento. Gli sport invernali alpini hanno un grande potenziale da sfruttare, e siamo tutti chiamati a rimboccarci le maniche se non vogliamo che ben presto queste attività sportive diventino acqua – o neve – passata.