



“CARTA DELLA MONTAGNA BIANCA ITALIANA”

Promosso da



Con il patrocinio di



Incipit

La "*Carta della Montagna Bianca Italiana*" vuole essere uno strumento strategico contenente gli items primari sui quali concentrare tutte le azioni di governo per lo sviluppo turistico della Montagna Bianca Italiana. Le posizioni rilevate sono state condivise dagli stakeholders dell'intera filiera che incidono sul comparto, sia per quanto riguarda la visione e le best practices, sia per quanto attiene agli strumenti ed alle modalità attuative. Una *vision* che deve forzatamente considerare il contesto internazionale, le criticità del sistema, i valori sociali e culturali, le tematiche sensibili legate alla sostenibilità, la ricchezza del patrimonio materiale ed immateriale, la rete delle conoscenze rurali, etc. Si tratta di un contesto complesso che coinvolge e trova forza in elementi quali il paesaggio, l'ambiente, le tradizioni e che può limitare il calo demografico di gran parte delle aree montane ed appenniniche.

Documenti preparatori

La definizione della "*Carta della Montagna Bianca Italiana*" si sviluppa sulla base di documenti di verifica e valutazione degli ambiti di sviluppo e tutela del comparto, con particolare riferimento al settore turistico ed a quello della sostenibilità ed accessibilità:

- la comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo dal titolo "L'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo" (COM(2010)0352);
- la relativa risoluzione del 27 settembre 2011 sull'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo (GU C 56 E del 26.2.2013);
- la comunicazione della Commissione dal titolo "Legiferare meglio per ottenere risultati migliori – Agenda dell'UE" (COM(2015)0215);
- la relativa risoluzione del 25 ottobre 2011 sulla mobilità e l'inclusione delle persone con disabilità e la strategia europea in materia di disabilità 2010-2020 (GU C 131 E dell'8.5.2013);
- la risoluzione del Consiglio del 6 maggio 2003 relativa all'accessibilità alle infrastrutture e attività culturali per le persone con disabilità (GU C 134 del 7.6.2003);
- la proposta di risoluzione del Parlamento Europeo su "nuove sfide e strategie per promuovere il turismo in Europa (2014/2241(INI));
- l'adozione della risoluzione, da parte del Parlamento Europeo, sulle "nuove sfide e strategie per la promozione del turismo in Europa" (T8-0391/2015);

- la Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette della Federazione Europarc, edizione aggiornata 2010;
- la Carta di Cortina sulla Sostenibilità degli Sport Invernali del 2016;
- il PST 2017/2022 "Italia Paese per Viaggiatori", MIBACT.

La situazione congiunturale

La filiera turistica della Montagna Bianca Italiana ricopre un ruolo primario all'interno del "sistema turismo Italia": infatti il fatturato del comparto in tutti i suoi aspetti – ricettività alberghiera ed extralberghiera, impianti di risalita, attività ricreative e di intrattenimento, ristorazione, noleggio attrezzature, corsi, etc. – rappresenta, a livello nazionale, l'11,2% del complessivo sistema del turismo italiano, generando un fatturato di 10Miliardi 515Milioni di Euro. Un comparto che occupa, in tutte le destinazioni nazionali e nelle varie attività (ricettività, impianti di risalita, scuole di sci, ristorazione, pizzerie, bar, discoteche, società di noleggio attrezzature, etc.) ben 390.675 addetti, segnando una continua crescita degli indici occupazionali. Gli alberghi/meubl  italiani che offrono ospitalit  sono 7.123, per un totale di disponibilit  camere pari a 325.521 posti letto. A questi si aggiunge la disponibilit  di 6.401 tra villaggi, b&b, rifugi, ostelli, malghe, baite, ed agriturismi e circa 12.018 alloggi – registrati – in affitto anche tramite sistemi/piattaforme on line per un totale complessivo di ulteriori 370.603 posti letto. Complessivamente, la Montagna Bianca Italiana mette a disposizione oltre 696mila posti letto, oltre a quelli presenti nelle seconde case i cui affitti non emergono dai sistemi ufficiali. Nelle localit  montane sono dislocati, a livello nazionale, 32.183 tra ristoranti, pizzerie, oltre a 30.216 tra bar, enoteche e pub. In Italia, a disposizione di tutti coloro che vogliono imparare a sciare, vi sono ben 407 scuole sci, la maggior parte delle quali   localizzata in Trentino Alto Adige (28,7%), in Lombardia (17,7%), in Piemonte (15,5%), in Veneto (11,3%), in Abruzzo (6,9%), in Valle d'Aosta (5,9%) ed in Emilia Romagna (4,2%). Complessivamente operano in Italia oltre 10mila maestri di sci. Il dato complessivo degli Italiani che praticano discipline sportive sulla neve ha raggiunto quota 4 Milioni: di questi, la maggior parte si dedica allo sci da discesa (2Milioni 260mila), mentre sono 515mila gli Italiani che praticano snowboard e 305mila i praticanti dello sci da fondo (*Skipass Panorama Turismo – Osservatorio Italiano del Turismo Montano*).

I PRINCIPI DELLA CARTA

La "Carta della Montagna Bianca Italiana" intende fornire al sistema pubblico/privati gli strumenti utili per una corretta pianificazione dello sviluppo turistico della montagna invernale italiana, puntando quindi a:

- aumentare la consapevolezza e la conoscenza dei valori del territorio inteso come "patrimonio",
- diffondere i concetti che stanno alla base di uno sviluppo turistico sostenibile;
- valorizzare i benefici riconducibili ad una corretta interrelazione tra comunità residente ed ospiti.

I "principi" rappresentano quindi un impegno strategico ben preciso, un quadro di riferimento per lo sviluppo del turismo della Montagna Bianca Italiana.

1. **Garantire la tutela ed il corretto utilizzo delle risorse naturali.** Considerando la crescente vulnerabilità dei territori, dovuta anche ai continui cambiamenti climatici, occorre adottare un approccio ecologico ai consumi attraverso l'utilizzo di misure e programmi di gestione dell'acqua, dell'energia, del suolo e dell'aria, finalizzate alla conservazione delle risorse naturali.
2. **Assicurare landscape e stile alpino.** Occorre potenziare gli elementi valoriali che rappresentano l'identità delle aree montane, attraverso una precisa pianificazione del territorio anche dal punto di vista urbanistico, nel rispetto delle tradizioni architettoniche locali e/o innovando con opere di design, dando priorità assoluta alle infrastrutture ad impatto zero.
3. **Conservare e valorizzare il patrimonio esistente.** Il patrimonio naturale e culturale, materiale ed immateriale, deve essere non solo tutelato ma evidenziato attraverso l'introduzione di specifiche misure in grado di sostenere la rete delle tradizioni rurali, le produzioni tipiche, la memoria storica ed i costumi del territorio, che rappresentano sempre di più fattori di interesse per gli Ospiti internazionali.
4. **Favorire l'accoglienza dei residenti e la formazione per le professioni.** Occorre avviare formule capaci di coinvolgere i residenti nel miglioramento del sistema di accoglienza agli Ospiti, unitamente all'attivazione di programmi di accrescimento della conoscenza e della formazione dei

professionisti del comparto. E' fondamentale il ruolo delle popolazioni locali e di una loro crescente consapevolezza.

5. **Innalzare l'immagine della montagna nazionale.** La Montagna Bianca Italiana necessita di essere meglio comunicata a livello nazionale ma anche di un posizionamento a livello mondiale, e ciò può avvenire all'interno di un sistema di valorizzazione complessivo, riscontrabile in un brand europeo di promozione – soprattutto sui mercati lontani – delle Alpi.
6. **Valorizzare il prodotto "sport invernali".** L'innalzamento dei valori economici e sociali dei territori si sviluppa di pari passo con l'incremento dei praticanti delle discipline sportive sulla neve; serve quindi implementare i concetti legati ad un sano stile di vita, riscontrabile in maniera ancora più palese con la pratica di attività sportive sulla neve, anche slow, in ambienti naturali.
7. **Sponsorizzare una nuovo concetto di montagna bianca.** Una nuova immagine più leisure della montagna invernale, dalla quale far emergere una fruizione legata alle tematiche del benessere, della lentezza, della bellezza e di un sano stile di vita, generando interesse nei confronti di target attualmente non presenti: attività da affiancare all'immagine di una Montagna Bianca Italiana leader per innovazione, sicurezza e competenza sulle discipline sportive, da rafforzare.
8. **Supportare il sistema di conoscenza (esterno al territorio).** L'avvio di nuovi programmi di educazione e sensibilizzazione al tema della Montagna Bianca Italiana come pure la definizione, in ambito nazionale, di settimane dello sport dedicate alla pratica sportiva invernale garantiscono non solo una maggiore conoscenza ed attenzione nei confronti dei territori montani ma rappresentano anche misure per l'incremento dei flussi.
9. **Supportare il sistema di conoscenza (interno al territorio).** Occorre ampliare la diffusione e la socializzazione delle informazioni e delle conoscenze che possono incidere positivamente sulle politiche turistiche invernali, perché l'integrazione tra informazioni, dati e tendenze deve diventare un bene comune per il comparto.
10. **Favorire la correlazione inverno/estate.** Le aree montane corrono il rischio dello spopolamento, e ciò porterebbe ad un effetto domino sulla socialità e sulla turisticità di questi territori;

per evitare questo fenomeno si rende necessario sviluppare la doppia stagionalità, perché ciò consente ai professionisti della montagna bianca di ampliare – anche diversificando – la propria attività nel periodo estivo ed alle destinazioni di garantire benessere sociale alla comunità.

11. **Identificare una montagna friendly.** Si tratta di avviare politiche di accessibilità agli sport invernali ed al territorio nel suo complesso per i diversamente abili: una montagna che si fa garante della socializzazione e del soddisfacimento dei bisogni di tutti gli Ospiti con esigenze particolari. Una montagna friendly lo è anche dal punto di vista tecnologico, con una rete diffusa e funzionale di banda larga.
12. **Gestire i sistemi di mobilità.** Occorre favorire formule di raggiungibilità green e sistemi di collegamento intermodali, ma soprattutto si rende necessario promuovere una viabilità interna che si basi sul trasporto pubblico, favorendo pertanto il più possibile l'utilizzo di mezzi alternativi al trasporto privato.
13. **Avviare programmazioni di sviluppo territoriale in maniera integrata tra pubblico e privato.** Si ritiene fondamentale il coinvolgimento delle comunità locali nelle varie fasi di sviluppo e di definizione delle strategie che coinvolgono il territorio; si indica pertanto come essenziale l'avvio dei percorsi attraverso la partecipazione attiva della cittadinanza.
14. **Sostenere network e governance sempre più ampi.** Le limitazioni amministrative rappresentano dei limiti allo sviluppo turistico della Montagna Bianca Invernale: occorre sviluppare network e progettazione integrata non solo tra ambiti regionali diversi ma anche tra nazioni diverse, ampliando i demani sciabili dell'area alpina oltre confine.
15. **Sostegno alle politiche di interesse territoriale.** Lo sviluppo del comparto si attua solo se vengono definite apposite linee di finanziamento a livello governativo, che dovranno essere indirizzate alla qualificazione della filiera, all'ampliamento dei servizi ed all'innovazione dei prodotti, ai bacini di stoccaggio, perseguendo sempre obiettivi collettivi di sostenibilità.

Sottoscritta a Modena in data 27 ottobre 2017

Isabella De Monte
Eurodeputato
