

# Turismo

**Margherita Machiorlatti**  
Arpa Piemonte

Il turismo è la più grande industria del pianeta e produce il 7% del fatturato complessivo mondiale mettendo in moto contemporaneamente molti settori: trasporti, edilizia, energia, commercio, artigianato, telecomunicazioni, intrattenimento. In cinquant'anni, dal 1950 al 2000, il numero dei turisti è aumentato in maniera esponenziale, passando da 25 a circa 700 milioni. Le stime del *World Tourism Organization* prevedono di raggiungere 1.600 milioni di turisti nel 2020. Motori di questo inarrestabile sviluppo sono essenzialmente l'aumento del tempo libero e del reddito *pro capite* disponibile, lo sviluppo dei trasporti e delle comunicazioni che permettono di raggiungere ogni angolo del pianeta in tempi brevi e a basso costo.

Si calcola che il settore turistico rappresenti il 5% del Prodotto Interno Lordo delle nazioni incluse nei G20 e che dia lavoro a circa il 6% degli occupati dei medesimi paesi con notevoli ricadute sui servizi dipendenti dalla domanda di mobilità, risultando perciò uno dei più ampi settori d'impiego per la popolazione di moltissimi paesi. Il turismo è la principale risorsa per la crescita economica e commerciale dei paesi più poveri del mondo.

Tra i sistemi di trasporto più utilizzati per gli spostamenti turistici internazionali ci sono l'aereo, scelto dal 45% dei viaggiatori, e la circolazione stradale (bus e auto) a cui ricorre il 43% dei turisti. Linee ferroviarie e marittime sono sfruttate, rispettivamente, dal 5 e dal 7% dei viaggiatori transfrontalieri.

L'impatto sociale e ambientale del turismo è quindi assai elevato e coinvolge ogni settore.

Il turismo di massa ha spesso portato con sé il benessere, innescando, però, importanti cambiamenti sia a carico dell'ambiente che della popolazione residente, talvolta anche causando scempio ambientale e sfruttamento. In alcune località del pianeta, i viaggi di massa hanno generato lacerazioni e stravolto ambienti unici e delicati, cancellato tradizioni e usanze e introdotto concetti di 'civiltà' a senso unico.

Negli ultimi anni, però, si va affermando una nuova cultura del viaggiare: il turismo responsabile, che, attraverso una pratica alternativa di turismo, offre ai viaggiatori l'opportunità di contribuire ad uno sviluppo locale equo e sostenibile.

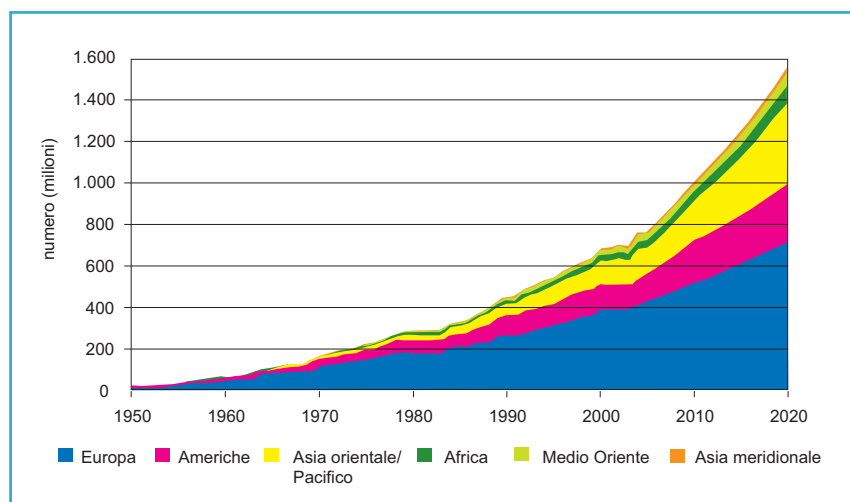


Figura 19.1 - Arrivi internazionali - anni 1950-2008 e previsioni al 2020

Fonte: UNWTO

Indicatore / Indice	DPSIR	Fonte dei dati	Unità di misura	Copertura geografica	Anno di riferimento	Disponibilità dei dati
Strutture ricettive per tipologia	D	Regione Piemonte	numero	Regione Provincia	2000-2008	+++
Posti letto	D	Regione Piemonte	letti/residenti (numero per 100 abitanti) letti/residenti (numero per km²)	Regione Provincia	2000-2008	+++
Movimenti turistici (arrivi e presenze)	D	Regione Piemonte	numero	Provincia Comune	2000-2008	++
Durata media della permanenza turistica	D	Regione Piemonte	presenze/arrivi (giorni)	Provincia Comune	2008	+++
Pressione turistica rispetto alla popolazione	P	Regione Piemonte	presenze/residenti (numero per 100 abitanti)	Provincia Comune	2008	++
Pressione turistica rispetto alla superficie	P	Regione Piemonte	presenze/superficie (numero per km²)	Provincia Comune	2008	++

La disponibilità dei dati media anziché buona per alcuni indicatori è imputabile non a una reale minore disponibilità nei dati, bensì all'impossibilità di utilizzare alcune informazioni nel rispetto del DLgs 322/89.

## La domanda e l'offerta di turismo

In un contesto positivo a livello mondiale (+2,5% di arrivi), nel 2008 l'Europa ha visto crescere il settore turistico con tassi molto elevati (6%) fino a giugno. Durante l'autunno si è registrato invece, in analogia con quanto verificatosi in molte altre regioni mondiali, un andamento negativo - specchio della sopraggiunta sfavorevole congiuntura economica - che preannuncia per il 2009 un calo di

1,5-2% del turismo mondiale. In Piemonte, il bilancio 2008 è stato tuttavia positivo, con presenze turistiche più numerose addirittura rispetto al 2006, anno delle Olimpiadi invernali (oltre 11,5 milioni contro circa 11 milioni del 2006, cresciute del +12% sul 2007). Buone, nonostante la crisi, anche le stime per il primo trimestre 2009, con un'occupazione media delle camere del 50%.

Tabella 19.1 - Offerta ricettiva e movimenti turistici (numero) - anno 2008

	Strutture	Camere	Letti	Bagni	Arrivi	Presenze
AL	472	5.140	10.177	4.557	260.866	594.246
AT	408	2.607	5.969	2.317	96.171	242.231
BI	163	2.227	5.834	1.567	75.880	234.133
CN	1.289	14.255	34.434	11.000	465.279	1.372.786
NO	245	6.565	16.220	4.222	375.074	1.046.311
TO	1.507	29.118	65.968	28.505	1.482.822	5.272.428
VB	546	13.784	37.017	9.175	640.748	2.482.492
VC	194	2.530	5.911	1.699	79.403	316.239
Piemonte	4.824	76.226	181.530	63.042	3.476.243	11.560.866

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

### L'offerta ricettiva

Continua, sebbene a ritmo ridotto, la crescita dell'offerta fino a raggiungere un totale di 4.824 strutture turistiche (nel 2007 se ne contavano 4.719).

L'aspetto più rilevante del panorama dell'offerta ricettiva pie-

montese non risiede perciò in un incremento quantitativo, quanto piuttosto nel rinnovamento delle tipologie di struttura: accanto alla più tradizionale ricettività alberghiera, si contano nel 2008 oltre 1.000 esercizi qualificati come Alloggio in Locazione - *Bed & Breakfast*.

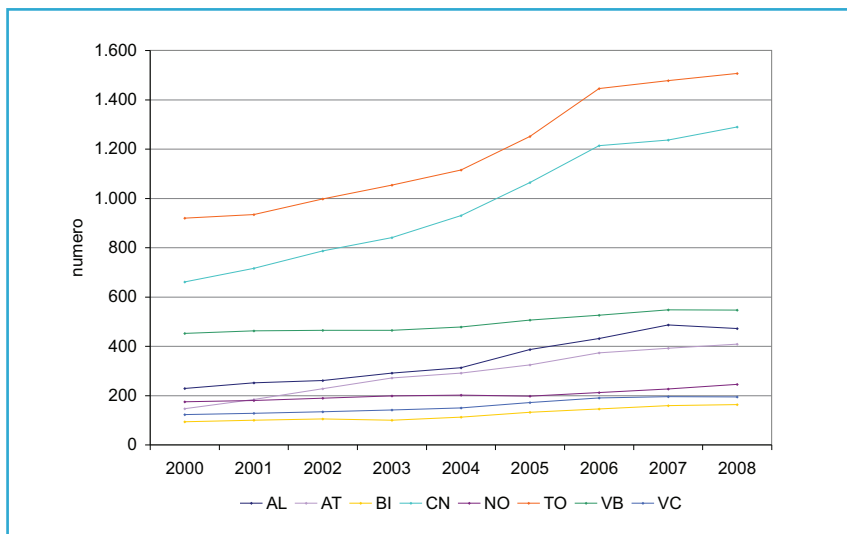


Figura 19.2 - Esercizi turistici - anni 2000-2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Il numero di posti letto è solo lievemente aumentato, passando dalle 181.313 unità del 2007 alle 181.530 unità del 2008. I rapporti posti letto rispetto ai residenti e rispetto alla superfi-

cie territoriale, cresciuti in tutte le province tra il 2004 e il 2006, restano sostanzialmente immutati dal 2007. Le province di Torino, Verbania e Cuneo sono come di consueto quelle con la

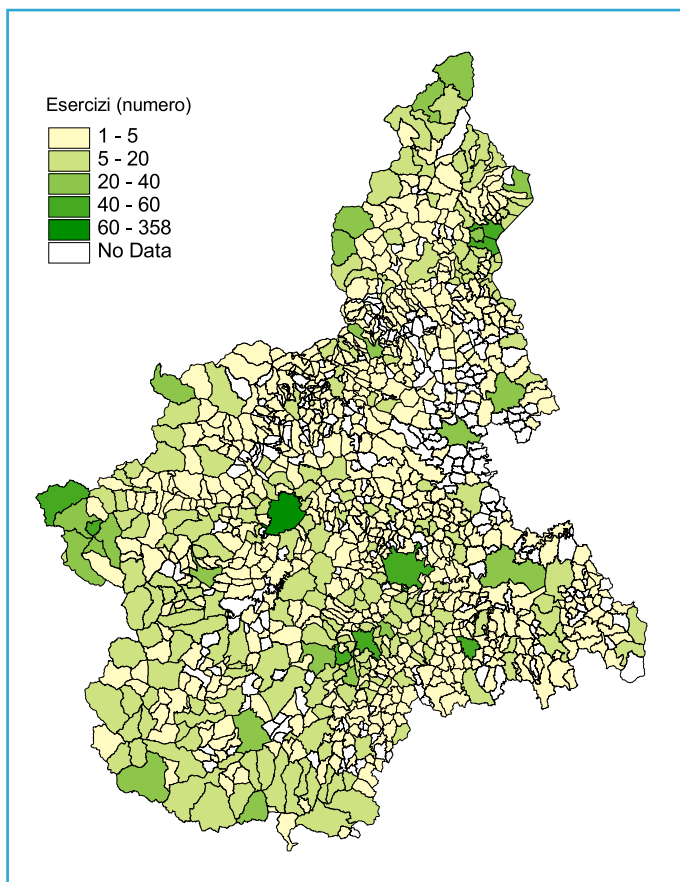


Figura 19.3 - Esercizi turistici, distribuzione a livello comunale - anno 2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Tabella 19.2 - Esercizi suddivisi per tipologia - anno 2008

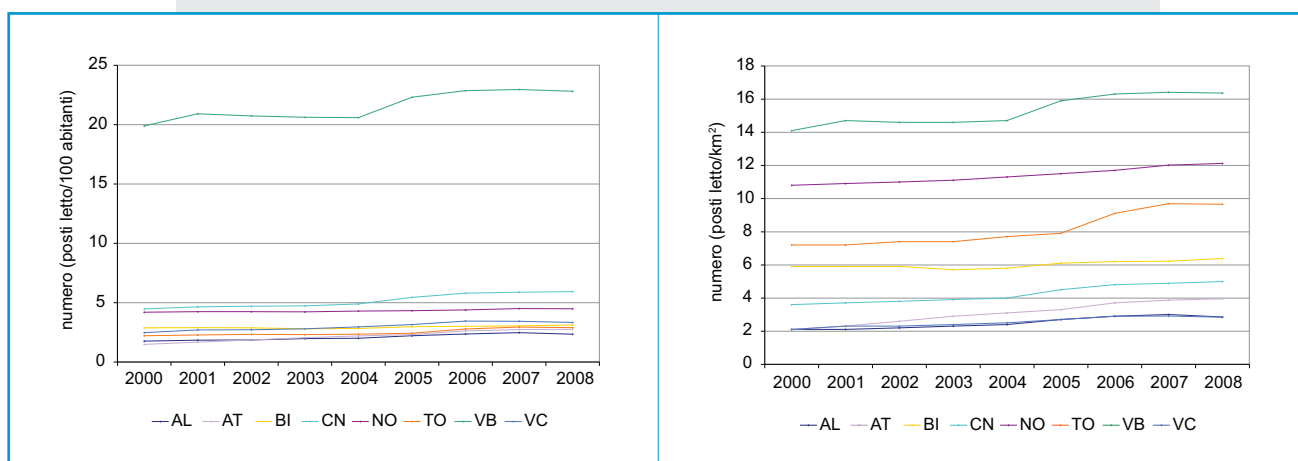
Qualifica	AL	AT	BI	CN	NO	TO	VB	VC	Totale
Affittacamere	41	42	7	179	14	108	21	11	423
Affittacamere con Ristorante	6	11	13	60	20	42	32	13	197
Albergo	142	58	39	327	108	527	227	63	1.491
Albergo Residenziale		2	1	7	8	37	18	4	77
Alloggi Vacanze	2					2			4
Alloggio Agriturismo	121	133	22	271	17	119	18	12	713
Alloggio in Locazione - B&B	133	140	47	225	44	328	94	20	1.031
Bivacco Fisso						16	14	4	34
Campeggio	6	4	7	41	20	40	39	7	164
Casa o Appartamento per Vacanze	7	13	10	55	8	109	17	15	234
Casa per Ferie	5	2	4	47	5	115	25	12	215
Ostello per la gioventù	6	3	3	4		9	1	2	28
Rifugio Alpino	1		8	50		42	35	21	157
Rifugio Escursionistico	2		1	21		13	4	10	51
Villaggio Turistico			1	2	1		1		5

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

maggiore disponibilità di posti letto, ma sono principalmente Torino e Cuneo a incrementare la loro dotazione, mentre in provincia di Vercelli dal 2006 al 2008 si assiste a una riduzione di circa 170 posti letto. Solo Verbania dispone di oltre 20 posti

letto ogni 100 abitanti, mentre le altre provincie ne hanno 6 o meno. Maggiore è la disparità nel rapporto con la superficie, dove Torino sfiora i 10 posti letto per km<sup>2</sup>, superata da Novara e Verbania.

Figura 19.4 - Posti letto per abitante e per superficie - anno 2008



Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

## I movimenti turistici

Sia gli arrivi che le presenze mostrano un andamento in crescita. Sono stati infatti 3.476.243 i turisti arrivati in Piemonte nel 2008 (124.622 in più rispetto al 2007) e 11.560.866 le presenze (1.244.256 più del 2007 e 466.536 più del 2006, anno delle Olimpiadi invernali). Tuttavia bisogna sottolineare come, dopo il 2006, i turisti di provenienza estera sono in di-

minuzione e il divario numerico viene colmato da un aumento di visitatori italiani.

Dal punto di vista della distribuzione durante l'arco dell'anno, gli arrivi presentano il valore più alto a luglio e un picco minore a maggio. Ciò indica che il Piemonte è sempre più spesso meta di visite brevi connesse con l'organizzazione di eventi culturali e sportivi.

Per quanto riguarda le presenze, quelle del primo trimestre 2008 sono mediamente più elevate rispetto agli anni precedenti, escluso il 2006, grazie alle condizioni di buon inneva-

mento in montagna; nonostante il clima un po' incerto del mese di agosto, le presenze estive sono state in assoluto le più alte mai rilevate nella regione.

### Box 1 - Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre: eventi di richiamo ed esempi di sostenibilità



Da alcuni anni Torino ospita due manifestazioni di richiamo internazionale: il Salone Internazionale del Gusto (Lingotto Fiere) e Terra Madre (Oval). Il primo, giunto nel 2008 alla settima edizione, è organizzato da *Slow Food*, Regione Piemonte e Città di Torino, il secondo è realizzato da Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Cooperazione Italiana allo Sviluppo - Ministero Affari Esteri, Regione Piemonte, Città di Torino e *Slow Food* in collaborazione con Coldiretti Piemonte e Fondazione CRT. Il Salone del Gusto è un'esposizione di prodotti e cultura gastronomica che ruota intorno al protagonista "cibo buono, pulito e giusto" secondo la filosofia di *Slow Food*. Educazione, tutela e promozione sono le parole chiave del Salone. Educazione dei visitatori alla scelta di un prodotto alimentare, con una sua storia e un determinato impatto sulla salute e sull'ambiente, al fine di rendere i consumatori soggetti consapevoli del valore delle scelte e della capacità di influenzare la produzione. Tutela dei prodotti tradizionali e del patrimonio di agrobiodiversità

che l'industria alimentare tende a sopprimere attraverso la standardizzazione dei gusti e dell'offerta. Promozione dei prodotti di qualità attraverso la creazione di nuovi sbocchi di mercato per rendere economicamente remunerativo il faticoso lavoro dei piccoli produttori.

Al Salone si svolgono incontri sui grandi temi dell'ecogastronomia e si offre l'opportunità di sperimentare i diversi aspetti del cibo, con il suo valore simbolico e di identità culturale: "il cibo non è solo nutrimento ma anche piacere, cultura, convivialità".

Terra Madre, la cui prima edizione si è svolta nel 2004, è il *meeting* internazionale dei rappresentanti delle comunità del cibo impegnati a salvaguardare la qualità delle produzioni agroalimentari locali. Vi si riuniscono infatti contadini, produttori alimentari, commercianti, docenti e ricercatori universitari, cuochi e giovani agricoltori convinti della necessità che la produzione del cibo mantenga un rapporto armonico con l'ambiente e della dignità e importanza delle modalità di produzione locale, tradizionale e sostenibile.

Queste manifestazioni hanno incontrato grande favore di pubblico e nel 2008 si sono affermate quali eventi di riferimento a livello internazionale con circa 180.000 visitatori (+4,5% rispetto al 2006), 1.200 testate giornalistiche, 7.142 operatori del cibo (Terra Madre) di cui 6.325 delegati (4.073 contadini, allevatori, pescatori e produttori artigianali dell'agroalimentare, 797 cuochi e 299 docenti universitari e rappresentanti d'istituti di ricerca, 943 studenti, 213 musicisti), 817 tecnici e rappresentanti di associazioni e istituzioni locali. I paesi rappresentati sono stati ben 153 e 1.652 le comunità del cibo.

L'edizione 2008 di Salone del Gusto e Terra Madre è stata banco di prova, coerentemente con la filosofia del *buono, pulito e giusto* portata avanti da *Slow Food* e condivisa da Regione Piemonte e Città di Torino, per un progetto realizzato in collaborazione con il Politecnico di Torino finalizzato all'organizzazione di eventi a ridotto impatto ambientale. Grazie alla rinuncia ad allestimenti usa e getta, alla limitazione nell'uso di carta e al ricorso alle stoviglie biodegradabili, alla scelta di modalità di trasporto sostenibili, all'uso attento dell'energia, si sono raggiunti risultati incoraggianti quali: il 58,4% di rifiuti raccolti in modo differenziato, 473 tonnellate di anidride carbonica non emesse, oltre 100mila kW di luce risparmiati. Secondo i *partner* del progetto, il Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre, hanno ridotto il proprio impatto ambientale, rispetto all'edizione del 2006, di circa il 45%.

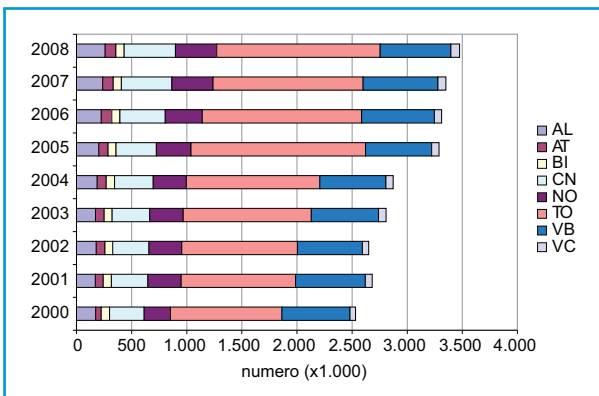


Figura 19.5 - Arrivi - anni 2000-2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

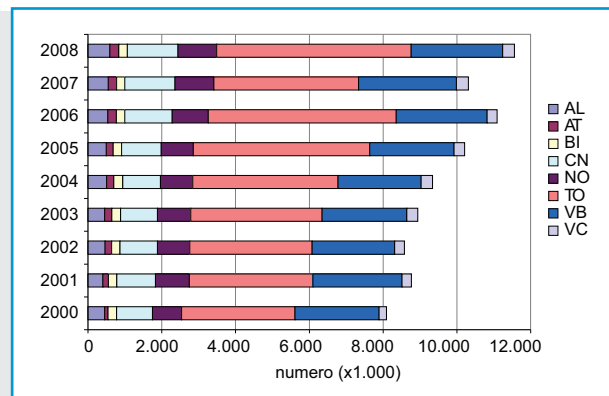


Figura 19.6 - Presenze - anni 2000-2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

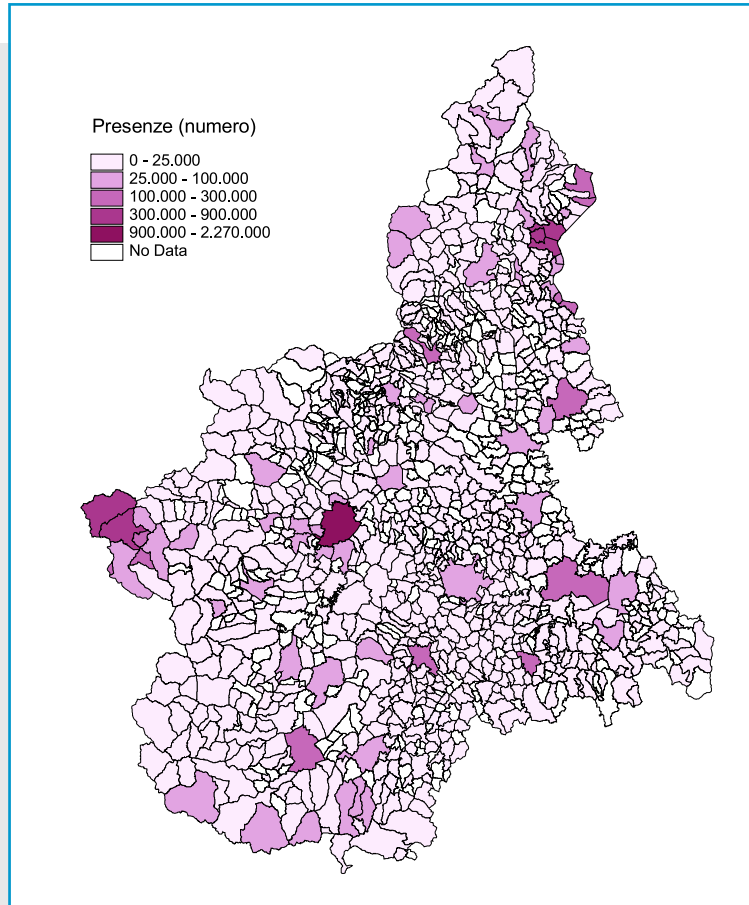


Figura 19.7 - Presenze, distribuzione a livello comunale - anno 2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

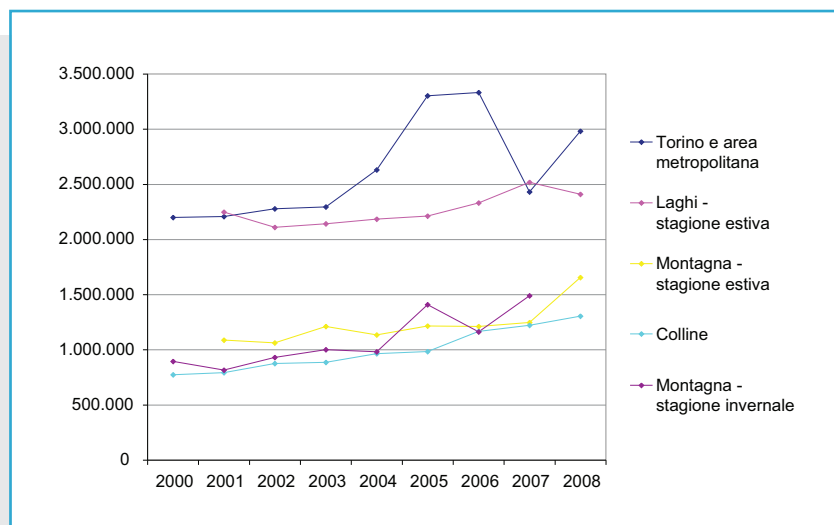


Figura 19.8 - Esercizi turistici - anni 2000-2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Stagione Invernale: da novembre ad aprile; Stagione Estiva: da maggio a ottobre. Aggregazione dei comuni secondo classificazione Istat

La principale attrazione della regione (25,8% delle presenze regionali) è ancora costituita dalla città di Torino, insieme all'area metropolitana, che sembra aver convertito la sua immagine da quella di città industriale dell'auto a meta di turismo culturale. Infatti, da una ricerca svolta dall'Università di Torino presentata alla Conferenza degli assessori italiani alla Cultura e al Turismo, emerge il dato secondo il quale i visitatori per motivi di affari nel 2008 sono calati al 21% del totale, mentre nel 2003 il lavoro era la prima motivazione di un soggiorno nel capoluogo piemontese. I circa ottomila questionari distribuiti ai turisti negli alberghi e nei maggiori musei torinesi hanno fornito questi risultati: il 55% dei turisti dichiara di aver scelto Torino "per il richiamo complessivo della città", mentre circa il 10% per un evento o una attrazione specifica, quale ad esempio il Museo Egizio che, da solo, raccoglie un 5% delle motivazioni. I turisti che prediligono questa meta sono in gran parte italiani e il meccanismo che ha guidato la scelta è per molti il passaparola (41%), mentre solo il 24% ha trovato Torino tra le offerte di un'agenzia di viaggio, il 10% su *internet*, il 7% l'ha notata in qualche servizio televisivo, i rimanenti ci sono arrivati in seguito alla lettura di stampa specializzata e quotidiani.

Le mete lacustri, molto frequentate nella stagione estiva, hanno subito nel 2008 una flessione del 4,3% rispetto al 2007 causata dalla riduzione dei flussi dall'estero (che equivalgono al 73,5% delle presenze), solo parzialmente compensata dall'aumento del mercato domestico. Ad esse va attribuito il 24% delle presenze 2008. In contrazione in particolare il mercato tedesco, ancora predominante con le sue 700mila presenze, in crescita invece il Benelux, con oltre 500mila presenze. Buono il risultato ottenuto dalla montagna (27,4% delle presenze), sia

Provincia	TMP (presenze/arrivi)
AL	2,3
AT	2,5
BI	3,1
CN	3,0
NO	2,8
TO	3,6
VB	3,9
VC	4,0
Piemonte	3,3

Tabella 19.3 - Tempi medi di permanenza - anno 2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

nei mesi invernali, con quasi 1 milione e mezzo di presenze, sia nella stagione estiva, con oltre 1 milione 600mila presenze. Le anticipazioni per la stagione invernale 2008-2009 confermano un *trend* positivo grazie alle abbondanti nevicate. In zone come le Montagne Olimpiche e la Valsesia si sono registrati valori di occupazione delle camere pari rispettivamente al 77% e all'88% nel periodo natalizio.

Nelle aree collinari, dove si raggiunge la quota di 1.304.621 presenze, pari all'11,3% di quelle regionali, il turismo straniero, contrariamente a quanto accade altrove, pare crescere di pari passo a quello italiano. Le provenienze più frequenti sono Germania, Svizzera e Benelux.

La durata media per il Piemonte dei tempi di permanenza si mantiene immutata a 3,3 giornate. Non si rilevano cambiamenti significativi, se non per la provincia di Torino, che guadagna un valore di 3,6 giorni, superiore anche al 3,5 del 2006.

Dal punto di vista economico, visti i flussi in crescita, il comparto turistico piemontese presenta una condizione in controtendenza rispetto agli altri settori. Le previsioni per il 2009 sono tuttavia di un calo legato alla congiuntura mondiale, le cui ricadute negative coinvolgeranno soprattutto il settore MICE (*meeting, incentive, congressi, eventi*). Se le imprese sono costrette a limitare le spese, il turismo congressuale, recentemente sviluppatosi nell'area dei laghi e di Torino, subirà necessariamente una forte flessione. Questi effetti potrebbero essere compensati solo attraverso l'offerta di turismo di qualità, secondo il modello adottato nelle zone di Langhe, Roero e Monferrato, sfruttando anche il successo internazionale che il Piemonte si è conquistato in campo di enogastronomico.

La stampa estera, a proposito delle trasformazioni provocate negli ultimi 15 anni nel settore turistico dal crescente interesse per l'enogastronomia, cita il Piemonte tra le regioni italiane che sanno coniugare al meglio tradizione e cultura, elogiando il movimento *Slow Food*, le eccellenze gastronomiche come il tartufo, le numerose opportunità di soggiorno in agriturismo, gli itinerari enologici, i percorsi nelle cittadine "lente", la combinazione tra possibilità di praticare attività sportive come il golf e possibilità di degustazione di specialità tradizionali. Itinerari del gusto e prodotti d'eccellenza sono ora protagonisti della Borsa Internazionale del Turismo Enogastronomico (BITEG), ospitata stabilmente nel cuore delle Langhe, terra d'eccellenza enogastronomica.

## Pressioni ambientali in relazione al turismo

La crescita delle presenze provoca un costante aumento delle pressioni (tabella 19.4), calcolate come rapporto tra il numero di presenze turistiche e il numero di residenti o la superficie del territorio, senza tuttavia modificare pesantemente, a livello

provinciale, il quadro degli anni passati. Un aumento più significativo si registra in provincia di Torino, soprattutto rispetto alla superficie, mentre in provincia di Verbania si rilevano valori leggermente in calo.

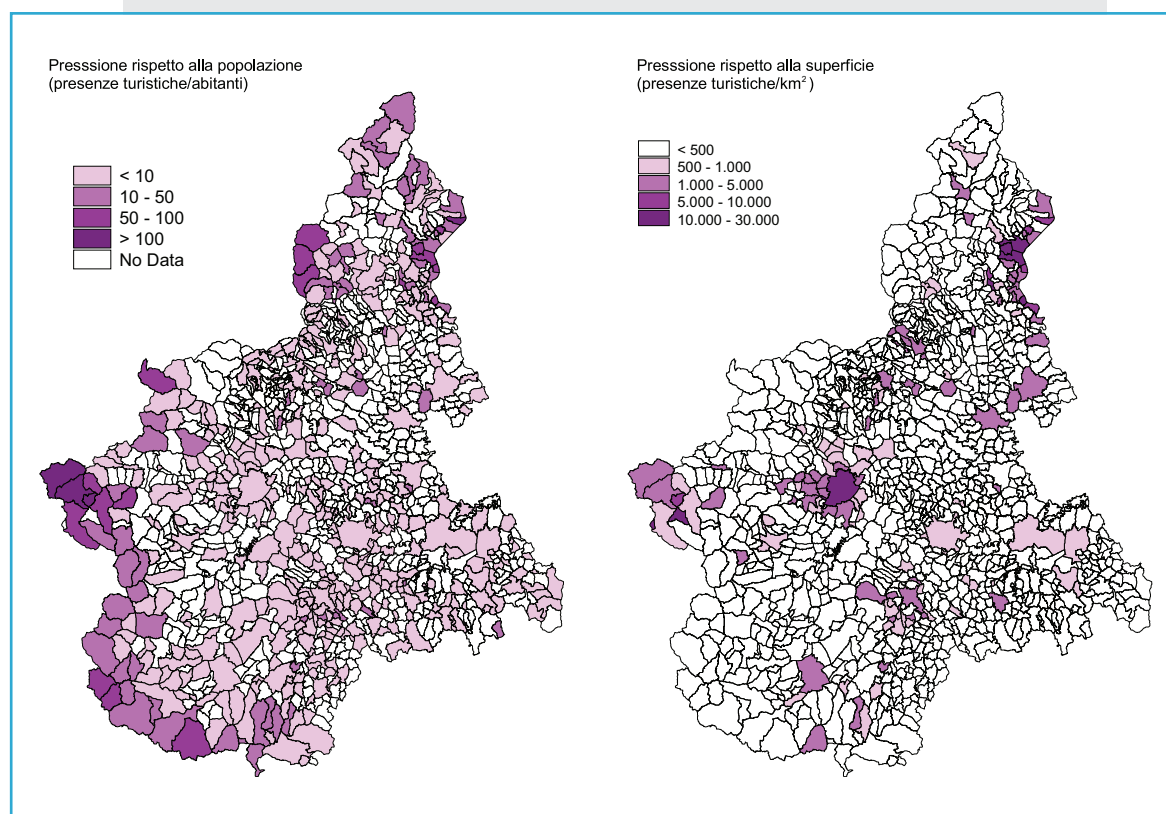
Tabella 19.4 - Pressione turistica in rapporto alla popolazione e alla superficie per provincia - anno 2008

	Presenze	Residenti*	Superficie - km <sup>2</sup>	Presenze/Residenti	Presenze/Superficie
AL	594.246	435.891	3.562,25	1,36	166,82
AT	242.231	218.081	1.510,46	1,11	160,37
BI	234.133	187.491	913,83	1,25	256,21
CN	1.372.786	580.513	6.895,99	2,36	199,07
NO	1.046.311	361.904	1.338,09	2,89	781,94
TO	5.272.428	2.277.686	6.830,21	2,31	771,93
VB	2.482.492	162.333	2.261,47	15,29	1.097,73
VC	316.239	177.367	2.083,05	1,78	151,82
Piemonte	11.560.866	4.401.266	25.395,35	2,63	455,24

\* aggiornamento a gennaio 2008

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

Figura 19.9 - Pressioni turistiche a livello comunale - 2008



Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo. Elaborazione Arpa Piemonte



A scala comunale (figura 19.8) si conferma la tendenza secondo la quale i livelli di pressione in rapporto alla popolazione residente risultano in genere più elevati nelle località montane e lacuali, dove alcuni comuni nel 2008 mostrano livelli di pressione più elevati rispetto al passato. Si tratta, ad esempio, di località sciistiche

quali Bardonecchia, Oulx, Macugnaga e Alagna Valsesia, dove le buone condizioni di innevamento hanno attratto più a lungo i turisti. I livelli di pressione in rapporto alla superficie sono, come di consueto, più alti in alcune località montane e lacuali, nell'area metropolitana torinese e in altri capoluoghi di provincia.

Tabella 19.5 - Pressione turistica in rapporto alla popolazione e alla superficie dei primi 10 comuni per presenze - anno 2008

Comune	Provincia	Strutture	Letti	Presenze Italiani	Presenze Straniere	Presenze totali	Presenze/ popolazione	Presenze/ superficie
Torino	TO	358	17.829	1.837.662	430.253	2.267.915	2	17.433
Verbania	VB	46	10.034	117.061	650.798	767.859	25	19.798
Oulx	TO	23	2.680	474.462	1.624	476.086	153	4.861
Baveno	VB	40	5.648	66.801	383.345	450.146	93	26.661
Stresa	VB	55	3.315	81.401	361.970	443.371	86	13.176
Bardonecchia	TO	52	5.232	328.843	42.437	371.280	119	2.818
Sestriere	TO	33	4.772	192.547	88.833	281.380	318	10.864
Cannobio	VB	38	4.663	9.875	229.614	239.489	47	4.766
Dormelletto	NO	13	3.914	128.466	47.214	175.680	66	23.460
Novara	NO	29	1.474	128.634	43.262	171.896	2	1.664

Fonte: Regione Piemonte, Assessorato Turismo

A riprova di quanto si è detto, tra i 10 comuni che hanno ospitato più turisti nel 2008, sono Sestriere, Bardonecchia e Oulx a presentare un maggior livello di pressione in rapporto alla popolazione, mentre nei comuni di Torino, Verbania, Baveno, Dormelletto,

Sresa e Sestriere si registrano valori di pressione piuttosto alti in rapporto alla superficie. Torino, dopo la flessione del 2007, ha nuovamente superato la soglia dei 2 milioni di presenze, sfiorando il valore record dell'anno delle Olimpiadi invernali.

## Box 2 - Il Turismo e i cambiamenti climatici

Nell'ottobre 2007 si è tenuta a Davos, in Svizzera, la conferenza internazionale *Tourism and the Climate Change*, promossa dall'agenzia delle Nazioni Unite *World Tourism Organization (UNWTO)*, *United Nations Environment Programme (UNEP)* e dal *World Economic Forum*, con l'obiettivo di affrontare il tema del rischio globale rappresentato dai cambiamenti climatici in atto. Alcuni segnali, come l'aumento delle temperature, lo scioglimento dei ghiacciai e delle calotte polari, l'accresciuta frequenza e potenza di fenomeni meteorologici estremi, preoccupanti per l'equilibrio degli ambienti e per l'incolumità umana, condizionano fortemente anche numerose attività economiche. Il clima rappresenta una risorsa per il turismo, che tuttavia si trova contemporaneamente nei panni di aggressore e di aggredito, poiché i viaggi di massa, con conseguente incremento dell'uso dei mezzi di trasporto e delle strutture ricettive, contribuiscono per circa il 5% alla produzione di emissioni di CO<sub>2</sub>. D'altro canto i cambiamenti climatici si ripercuotono in modo diretto (variazioni della temperatura di aria e acqua, ad esempio) e indiretto (modificazioni su biodiversità e paesaggio) sulle risorse ambientali vitali per l'attività turistica che rischia di veder gradualmente compromesse, in termini di attrattività, le proprie destinazioni d'eccellenza. Nel Report *Climate Change and Tourism - Responding to Global Challenges*, realizzato nel 2008 da un gruppo internazionale di esperti di UNWTO e UNEP e del *World Meteorological Organization (WMO)*, si fornisce una sintesi sullo stato delle attuali conoscenze relative agli impatti attesi derivanti dai cambiamenti climatici sulle aree turistiche e, viceversa, una stima delle emissioni prodotte e degli impatti sull'ambiente provocati dal settore turistico. Si discute infine sulle possibili azioni da intraprendere per mitigare le emissioni (soprattutto nel campo dei trasporti), adattare le attività turistiche ai cambiamenti climatici, adottare tecnologie per migliorare l'efficienza energetica e assicurare aiuti economici alle regioni più povere e in difficoltà.

Secondo uno studio della Società Meteorologica Subalpina riguardante i cambiamenti climatici nelle zone della montagna piemontese, anche a livello locale si evidenziano già i segni di cambiamenti climatici che potranno avere nei prossimi anni effetti non solo sugli ecosistemi, ma anche su alcune attività economiche della regione (produzione di energia idroelettrica, turismo, agricoltura). Per quanto riguarda il settore turistico, le destinazioni turistiche che basano la loro attività sulle risorse naturali del territorio, specialmente quelle di montagna, sono soggette a un maggiore impatto rispetto a quelle basate, ad esempio, su attrazioni culturali o storiche. L'aumento della temperatura renderà quindi necessaria una progressiva conversione delle attività al fine di rendere maggiormente adattabile il settore in vista di nuovi scenari ambientali.

La tendenza al verificarsi di condizioni di scarso innevamento su alcuni comprensori sciistici non ad alta quota (neviccate più rare e più rapida fusione del manto nevoso) e di regresso dei ghiacciai con perdita di attrazione turistica da parte dell'alta montagna premierà la ricerca di soluzioni turistiche alternative nelle località di montagna che in passato avevano puntato in prevalenza sugli sport invernali, attraverso lo sviluppo di un turismo più versatile e vario (escursionismo, agriturismo, equitazione, turismo culturale). Altri possibili effetti negativi dell'innalzarsi delle temperature sono legati all'alterazione del *permafrost* con conseguenti problemi di stabilità di infrastrutture turistiche in alta quota (piloni di impianti a fune, rifugi, strutture di protezione paravalanghe). Alla luce degli scenari previsti, la scelta di realizzare impianti di innevamento programmato per attenuare le crisi di innevamento risulta discutibile, poiché, per essere economicamente sostenibili, questi impianti andrebbero realizzati oltre i 1800-2000 m circa e soltanto dopo una attenta valutazione delle esternalità negative: essi costituiscono infatti una fonte di emissioni climalteranti.

La montagna piemontese potrebbe invece configurarsi nel futuro prossimo come «riserva» di frescura in estate, favorendo l'afflusso di turisti da pianure e città verso le temperature più sopportabili dei rilievi. Non solo, potrebbe essere sede di insediamento temporaneo, in prevalenza estivo, di attività professionali favorite dal telelavoro (giornalisti, artisti, scrittori, progettisti, professionisti in genere), alla ricerca di maggiore benessere fisico, fatto che rende importante garantire a tutte le località montane il collegamento alle reti veloci di comunicazione *internet*, anche *wireless*.

A conclusione di questa analisi, lo studio propone una riflessione su come la sopravvivenza e la rivitalizzazione del settore turistico montano piemontese, anche di fronte a nuovi assetti ambientali, sia affidata alla capacità di conversione dell'offerta turistica verso modi più maturi di vivere il paesaggio e la cultura alpina.

## Bibliografia

Regione Piemonte Assessorato allo Sviluppo della Montagna e Foreste, Opere Pubbliche, Difesa Del Suolo - Società Meteorologica Subalpina, 2008. *Cambiamenti climatici sulla montagna piemontese*, Rapporto tecnico relativo alla DGR n. 122 – 6749.

UNWTO, UNEP, 2008. *Climate Change and Tourism - Responding*

*to Global Challenges*. Madrid 2008.

<http://www.regione.piemonte.it/turismo/osservatorio/rapporto2008.htm>

<http://www.salonedelgusto.it/>

<http://www.unwto.org/index.php>