

“Nel turismo di montagna c'è un cambiamento epocale”

Gli esperti: cultura dei protagonisti e qualità dei prodotti, solo così si vince

DANIELA GIACHINO
EMARESE

«Stiamo guardando un fiume e non ci possiamo fermare: c'è un cambiamento in atto di dimensioni epocali». Così Ludovico Roccatello di Slow Food ha spiegato le sue «Idee per lo sviluppo locale della montagna», rispondendo al tema del convegno organizzato nel Centre d'études Abbé Trèves di Emarèse. «Fino a 15 anni fa si parlava di quantità, ora di qualità dei prodotti - ha continuato Roccatello -. E quelli di montagna, in particolare, sono diventati spendibili per il turismo che funziona solo laddove si è attivata una rete di ospitalità e di produttori».

Produttori sempre più giovani e acculturati. Lo ha spiegato Dario Ceccarelli, dirigente regionale dell'Osservatorio economico e sociale. «Da qualche anno in Valle d'Aosta c'è un dato in controtendenza: la maggioranza della popolazione della media montagna ha tra i 40 e i 45 anni, con un grado di istruzione che va dal diploma di scuola media superiore alla laurea. C'è un capitale umano in grado di mettere insieme, in modo efficace, le competenze teoriche con quelle del fare. Il vecchio modello di hotel, per esempio, non funziona più; occorre puntare su nuove modalità di accoglienza. Dagli anni Novanta a oggi la popolazione

in montagna ha continuato a crescere, con un rallentamento negli ultimi due anni, effetto della crisi». Dato confermato da Nicola Rosset, presidente della Chambre Valdôtaine. «Le attività di montagna da 600 a 1400 metri, escludendo quelle prettamente turistiche, sono 1141, in crescita fino all'anno

scorso. Quest'anno hanno registrato un calo del 2,5 per cento. A chiudere sono soprattutto le attività commerciali che lasciano un vuoto nei paesi, sguarniti di beni di prima necessità».

Ma le soluzioni per il futuro ci sono e in parte sono già in atto, come hanno testimoniato i produttori delle numerose aziende che, nella montagna

valdostana, ce l'hanno fatta, dagli agriturismi alle aziende dolciarie, casearie, di liquori, erbe officinali, birre e altro, con un denominatore comune: la biodiversità. «L'ente pubblico deve investire nella digitalizzazione, le imprese devono fare rete per sottolineare la qualità, occorre valorizzare le eccellenze» ha aggiunto Rosset. Ha condiviso Ceccarelli: «Le aziende che ce l'hanno fatta ci fanno capire come sia possibile rivitalizzare la montagna: restando connessi con il mondo, migliorando i trasporti, superando quell'approccio culturale che ritiene il vivere in montagna un limite e non una risorsa».

© BY NC ND AL CLINI DIRITTI RISERVATI

