

**UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA**  
**UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE**

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE E SOCIALI**

**CORSO DI LAUREA IN**

**LINGUE E COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA E IL TURISMO**

**ANNO ACCADEMICO 2019/2020**

**TESI DI LAUREA**

**LO SLOW TOURISM NELLE AREE MONTANE: UNO  
SGUARDO SULLA VALSESIA**

**DOCENTE RELATORE**

Prof.ssa Cristina Scarpocchi

**STUDENTE**

Maddalena Bolongaro

Matricola 17 E02 589

# INDICE

## INTRODUZIONE

### CAPITOLO 1: SLOW TOURISM: UN NUOVO MODO DI VIAGGIARE

- 1.1 Evoluzione dello Slow Tourism..... 4
- 1.2 Le dimensioni dello Slow Tourism..... 6
- 1.3 Slow Tourism vs. turismo di massa..... 8
- 1.4 Profilo del turista lento.....10

### 2 TURISMO SLOW SOSTENIBILE NELLE ZONE DI MONTAGNA

- 2.1 Sviluppo di un turismo slow in montagna ..... 12
  - 2.1.1 Le difficoltà di mantenere uno sviluppo sostenibile in montagna..... 15
- 2.2 L'importanza del cicloturismo nel turismo slow..... 16
- 2.3 Strutture di accoglienza..... 17
  - 2.3.1 Agriturismi..... 18
  - 2.3.2 Baita diffusa..... 19
- 2.4 Turismo gastronomico e ricerca della filiera corta..... 20

### 3 LO SVILUPPO DELLO SLOW TOURISM NELLE MONTAGNE VALSESIANE

- 3.1 Inquadramento geografico e culturale della Valsesia..... 23
- 3.2 Il turismo in Valsesia..... 24
- 3.3 La Grande Traversata delle Alpi (GTA) e l'impatto che ha sul turismo locale... 25
- 3.4 Come si è sviluppato lo Slow Tourism in Valsesia..... 27

## CONCLUSIONE

## BIBLIOGRAFIA

## SITOGRAFIA

## INTRODUZIONE

Negli ultimi tempi, si sente sempre di più il bisogno di doversi fermare un attimo e porre pausa alla vita di tutti i giorni, che, per la maggior parte degli individui, è frenetica e piena di ostacoli. Da qui nasce il concetto di "lentezza" che è difficile da far combaciare con la vita lavorativa e familiare, si può ritrovare invece nel turismo: viaggiare in modo lento è una tendenza che sta prendendo sempre più piede in tutto il pianeta. Questo concetto viene tradotto in turismo lento o più propriamente Slow Tourism. È un turismo che fa parte della modernità, delle nuove forme di turismo che si stanno affermando e vengono definite come "alternative". Lo Slow Tourism ha caratteristiche ben precise e anche il turista lento ha necessità particolari e uno stile legato alla lentezza che è difficile da confondere con un altro tipo di turismo. Il suo opposto per eccellenza è il turismo di massa già affermato e sempre in prima linea.

Parlando di Slow Tourism non si può non pensare alla montagna, luogo spesso ricondotto alla desolazione e localizzato come fuori dal mondo. La prima cosa che viene in mente pensando alla montagna sono i lunghi percorsi a volte difficoltosi per arrivare alla cima, infatti il territorio montano richiede proprio il concetto di lentezza, il bisogno di tranquillità e staccarsi dalla vita quotidiana. Lo Slow Tourism richiede il contatto con la natura e il paesaggio incontaminato, tutto questo è parte del mondo della montagna in tutto e per tutto. La montagna è in grado di offrire prodotti di ottima qualità che vengono resi disponibili al consumatore direttamente da parte del produttore, senza passare da step intermedi; troviamo quindi i prodotti km 0 molto amati dai turisti slow, i quali si interessano alla tracciabilità, alla storia e al processo di produzione dei prodotti.

In relazione al turismo lento di montagna, la mia intenzione è stata quella di esporre una piccola parte di analisi riguardante la valle in cui vivo: la Valsesia. Terra che vive grazie al turismo ma che per certi versi si trova spesso abbandonata e disabitata, questo rende possibile uno sviluppo turistico di tipo slow poiché questi luoghi non sono mai stati a contatto con il turismo di massa: il paesaggio è incontaminato, le tradizioni e gli usi immutati nel tempo. Il turista slow può ritrovare nella Valsesia un luogo adeguato per svolgere la propria vacanza all'insegna della lentezza e della sostenibilità; si trova a suo agio nel contatto con la natura e con gli abitanti valesiani, disposti a raccontare storie su questa valle, spiegare le antiche tradizioni del popolo Walser e le avventure del maestoso Monte Rosa.

# CAPITOLO 1 – SLOW TOURISM UN NUOVO MODO DI VIAGGIARE

## 1.1 EVOLUZIONE DELLO SLOW TOURISM

Negli ultimi anni, sono stati segnalati ingenti cambiamenti nella domanda turistica. La richiesta di nuove esperienze di qualità ha permesso la nascita di nuove forme di turismo definite come alternative. I nuovi tipi di turismo alternativo sono completamente diversi dai modelli turistici tradizionali e sono basati su strutture e servizi ben sviluppati e specializzati.

Il cosiddetto *Slow Tourism* è compreso nelle sopra citate forme alternative di turismo. La sua popolarità deriva da un trend più vasto chiamato “Slow Movement” che è caratterizzato dalla filosofia dello *slow food*<sup>1</sup> e della *slow city* (Fullagar, Makwell, Wilson 2012). Il movimento Slow Food è stato il primo ed il più importante nella diffusione della filosofia della vita lenta nel mondo. Nasce nelle città italiane e successivamente si espande alle città di tutto il mondo, per contrastare lo sviluppo dei Fast Food in primis nelle città italiane. Slow Food, al momento della sua creazione, aveva come obiettivo quello di riscoprire e promuovere i valori delle tradizioni delle culture locali attraverso i prodotti tipici che venivano soppiantati dalla globalizzazione e dalla velocità del mondo moderno che si stava pian piano sviluppando.

La filosofia della *slow city* o Cittàslow nasce nel 1999 grazie a Paolo Saturnini, ai tempi sindaco di Greve in Chianti in Toscana. Questo movimento è formato da una rete che collega un certo numero di città che hanno deciso di portare avanti un’ideologia che pone l’attenzione sulla qualità della vita e sul valore ricercato della lentezza. I territori racchiusi nella filosofia di questo movimento puntano a promuovere e valorizzare l’unicità e la storia che li caratterizza. La filosofia della lentezza mira a concentrarsi sugli aspetti ambientali e vuole andare contro agli effetti negativi che ha portato la globalizzazione; inoltre questo modello non ha come obiettivo quello favorire la crescita di una città, ma il miglioramento della qualità della vita all’interno delle città. Cittàslow inizia ad affermarsi anche al di fuori dell’Italia ma si scontra con modelli che tendono alla massificazione e all’omogeneizzazione, anche se in realtà oggi molte città europee

---

<sup>1</sup> Associazione nata nella zona delle Langhe nel 1986 grazie a Carlo Petrini.

hanno accolto questo modello e anche diverse città extraeuropee sono felici di farne parte.

Lo Slow Tourism nasce dalla conseguenza della velocità della società moderna, da un bisogno della singola persona di rallentare e staccare dalla quotidianità. I maggiori campi di interesse dello Slow Tourism riguardano in particolar modo le pressioni dell'ambiente socioeconomico, la mancanza di tempo, la velocità sempre più crescente del ritmo della vita moderna e soprattutto la mancanza di comunicazione e di contatto umano (Polyxeni 2017). Questo tipo di turismo, quindi, risponde al malessere dell'uomo moderno e alla necessità di riconnettersi con le persone, di comunicare, scoprire posti nuovi e portare avanti esperienze uniche a contatto con la comunità locale e il territorio.

Il termine "lentezza" legato ai luoghi potrebbe essere frainteso e ricondotto ad aspetti negativi come ad una situazione di arretratezza o ritardo dell'area, al contrario deve essere inteso come un vantaggio, uno sviluppo orientato al territorio e alla sua qualità. Negli ultimi anni, infatti, molti territori si sono modernizzati e hanno messo in atto dei processi che mirano allo sviluppo locale, in particolare valorizzando l'identità locale e dei beni culturali, all'attenzione per l'ambiente, alla consapevolezza che i prodotti enogastronomici e culturali possono raccontare la storia e le tradizioni di questi luoghi.<sup>2</sup> Questi territori vengono caratterizzati allo stesso tempo dall'importanza della tradizione e dall'innovazione, questi due elementi convivono in modo armonioso creando il valore aggiunto e il fattore distintivo di territori di qualità.

Le motivazioni dello Slow Tourism vengono definite nel saggio *Motivations and Goals for Slow Tourism*<sup>3</sup>, nel quale viene esposta una ricerca condotta tramite focus group. Dai risultati è emerso che le motivazioni principali che spingono un viaggiatore a praticare un turismo di tipo lento sono sei: rilassamento, autoriflessione, fuga, ricerca di novità, impegno e scoperta.

La prima motivazione, legata al rilassamento, si riferisce alla ricerca di uno stato di assenza di pressione, stress e nervosismo dando spazio ad una sensazione di calma e sollievo. Il viaggiatore può arrivare a questo stato mentale attraverso la decelerazione temporale e il distaccamento, anche in termini di spazio, dalla frenesia della vita moderna.

---

<sup>2</sup> Calzati V., *Territori lenti e turismo di qualità*, Milano, Angeli, 2011, p. 59

<sup>3</sup> Haemoon Oh, A. George Assaf, Seyhmus Baloglu, *Motivations and Goals for Slow Tourism*, 2014

L'autoriflessione viene intesa come una necessità di sentirsi connessi a se stessi, il viaggio deve essere un modo per conoscersi ed identificarsi con la propria persona.

La fuga, che rappresenta la terza motivazione, è sempre stata una delle motivazioni più importanti nei viaggi anche al di fuori dello Slow Tourism. La fuga, all'interno di questo studio, viene definita come il desiderio profondo di staccarsi dalla quotidianità sia fisicamente che mentalmente, dimenticando momentaneamente i propri obblighi e abitudini di tutti i giorni.

La quarta motivazione riguarda la ricerca della novità in ogni sua forma. Il viaggiatore in questo caso ha bisogno di trovare esperienze nuove con luoghi mai visti e persone mai incontrate, questo perché il suo desiderio è quello di provare nuove emozioni, sensazione di avventura e nuovi stimoli.

Per quanto riguarda la quinta motivazione, ossia l'impegno, è emerso dalla ricerca che i viaggiatori intendono l'impegno come il coinvolgimento totale nel viaggio e nell'ambiente in cui il viaggio viene svolto.

L'ultima motivazione allo Slow Tourism è la scoperta. I turisti la concepiscono come il fatto di imparare, vivere esperienze autentiche sempre con il desiderio di apprendere qualcosa di nuovo in ogni viaggio.

## 1.2 LE DIMENSIONI DELLO SLOW TOURISM

È stato condotto uno studio riguardante il progetto transfrontaliero Italia-Slovenia Slow Tourism, nel quale l'autore sottolinea che un'esperienza di Slow Tourism per essere definita come tale deve soddisfare sei dimensioni: contaminazione, autenticità, sostenibilità, tempo, lentezza ed emozione.

Per la dimensione della contaminazione, il turista entra in contatto direttamente e si relaziona con la comunità locale; l'offerta turistica deve in questo caso favorire e rendere possibile l'interazione e lo scambio tra i due soggetti. La contaminazione permette lo scambio di opinioni e valori che viene considerato come metodo di formazione e arricchimento per chi viaggia. Il criterio della contaminazione è tipico del *turismo sociale* in cui al centro c'è lo scambio e l'incontro con la comunità ospitante.

La dimensione della autenticità riguarda la ricerca da parte del viaggiatore di caratteristiche specifiche di un territorio che possono essere ad esempio le tradizioni o i prodotti che fanno parte della cultura e storia della località turistica. Il turista apprezza

l'unicità dell'offerta che viene presentata attraverso prodotti non trovabili altrove. Questo criterio viene ben sviluppato nel cosiddetto *turismo attivo*, che viene definito spesso erroneamente come un turismo che implica un impegno dinamico del visitatore (sport, escursionismo, ecc.) e non la pura osservazione dei luoghi in compagnia di guide esperte (Tiessen Active Tourism).

Il criterio della sostenibilità è alla base dello Slow Tourism. La sostenibilità viene intesa come un impegno da parte del viaggiatore a comportarsi responsabilmente per donare opportunità al futuro, ponendo sempre un occhio sul prossimo. Questo si traduce in azioni a basso impatto ambientale anche nei mezzi di trasporto utilizzati, rispetto e salvaguardia della comunità e del suolo ospitante. La dimensione della sostenibilità richiama in particolare il *turismo ecologico*.

La quarta dimensione è quella del tempo, il quale al giorno d'oggi è concepito come bene molto prezioso. Il turismo lento vuole accentuare l'importanza di questo bene, ponendo l'attenzione sul tempo di organizzare, analizzare e pianificare in modo accurato sia per il turista che per la località ospitante. Il tempo per il turista deve essere inteso anche come concedersi momenti di ozio e tranquillità senza sensi di colpa, godendosi ogni istante, in contrasto con la vita di tutti i giorni che spesso porta all'accelerazione. Per quanto riguarda il criterio della lentezza, il viaggiatore slow ritiene fondamentale il fatto di fermarsi un istante e dare uno stop alla quotidianità per rilassarsi e riflettere, per fare una ricerca dentro sé stessi. La lentezza viene sottolineata, come citato in precedenza, anche dai mezzi di trasporto scelti dal viaggiatore, il quale preferisce raggiungere la propria meta in modo graduale, assaporando ogni dettaglio del proprio viaggio. "*Slow significa ridurre la quantità e concentrarsi sulla qualità delle esperienze*"<sup>4</sup>.

L'ultima dimensione, ossia l'emozione, riguarda l'esperienza turistica percepita dal viaggiatore attraverso tutti i cinque sensi, così da creare momenti indimenticabili e unici destinati al coinvolgimento totale del turista. L'offerta turistica deve porre l'attenzione sull'organizzazione per fare in modo di stimolare nel viaggiatore le emozioni adatte al tipo di esperienza. La dimensione dell'emozione riporta al *turismo sportivo*.

---

<sup>4</sup> Zago Moreno, Lo Slow Tourism per il rilancio del turismo transfrontaliero, in Relazioni Transfrontaliere e Turismo. Sinergie e strategie di cooperazione e sviluppo turistico nell'Alto Adriatico, IUIES JOURNAL, Gorizia, Grafica Goriziana, 2011

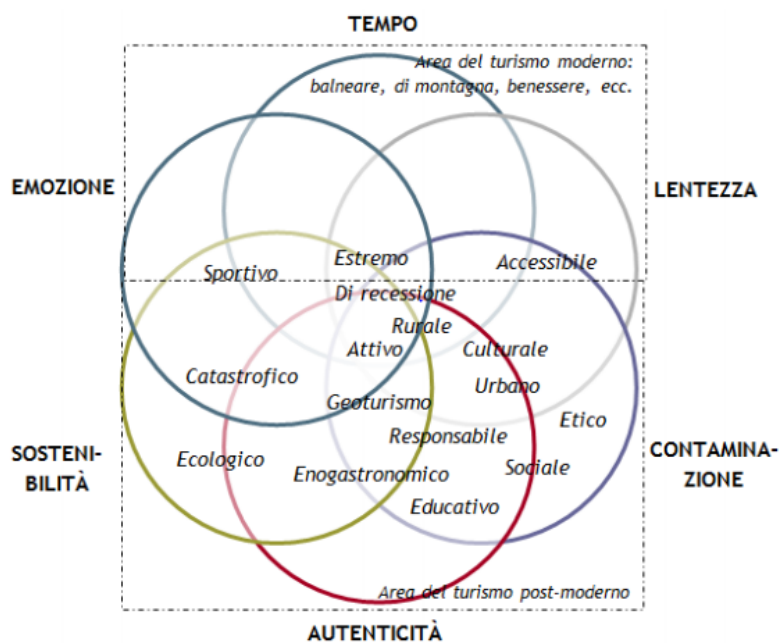


Figura 1: Fonte Zago M., *Lo slow tourism per il rilancio dello sviluppo transfrontaliero*, 2009

### 1.3 SLOW TOURISM VS TURISMO DI MASSA

Il turismo di massa è la forma turistica più diffusa in tutto il pianeta. Spesso è accaduto che una località caratterizzata prima da un turismo di nicchia si fosse trasformata velocemente in una destinazione convertita al turismo intensivo. Questo fenomeno si sviluppa a causa della richiesta, sempre in crescita, dell'attrattiva che porta alla formazione di eventi che possono avere anche una durata molto breve, per cercare di coprire i periodi di bassa stagione dove la domanda è minore. Lo sviluppo intensivo è stato causato anche dalla nascita delle compagnie aeree "low cost" che hanno permesso ai turisti di spostarsi per una durata minore di tempo e sempre più frequentemente.

Il turismo veloce ha portato alla massificazione delle destinazioni turistiche attraverso un processo di omogeneizzazione che ha eliminato l'unicità delle stesse, rendendo le grandi città sempre l'una più simile all'altra. Il turista che porta avanti un'esperienza simile vuole sentirsi a casa, non cerca la particolarità, infatti la massificazione ha via via creato un mondo identico a quello che si ha nella vita di tutti i giorni. Anche per quanto riguarda i prodotti del posto, questo tipo di turista ricerca nella destinazione prodotti standardizzati, non difficili da ritrovare anche a casa, come nel caso dei fast food o i



ristoranti che offrono gli stessi menu del proprio paese di origine: il viaggiatore non si interessa ai prodotti locali e a provare nuove tipologie di sapori. Il turismo di massa implica soprattutto la visita di luoghi molto conosciuti e commerciali, non permette il contatto tra viaggiatore e comunità locale, il turista non porta con sé nessun tipo di esperienza completa e unica con l'immersione totale nella cultura e nei valori della destinazione. Per questo motivo, infatti, ciò che ne risulta è una profonda insoddisfazione del viaggiatore che attraverso il viaggio vorrebbe evadere e mettere in pausa la vita di tutti i giorni, ma ritrova tutti gli elementi che lo riportano alla quotidianità. Ovviamente questo non accade in tutte le esperienze turistiche: come si può notare non tutte le città tendono a uno sviluppo intensivo, al contrario difendono le loro caratteristiche locali e culturali, senza promuovere qualcosa che non gli appartiene e non fa parte della loro tradizione.

Le esperienze che caratterizzano il turismo di massa sono definite superficiali e non memorabili; il soggiorno è determinato dalla velocità e dalla fretta di visitare e vedere più luoghi possibili, in questo modo il viaggio diventa stressante e c'è una continua comunicazione con la propria famiglia, amici o colleghi che sono a casa, non abbiamo quindi un vero e proprio distaccamento dalla vita di tutti i giorni. Il turismo di massa è il più diffuso per i pacchetti turistici economici che vengono messi sul mercato, questo ha portato alla rovina e in alcuni casi distruzione di alcuni luoghi storici. I viaggiatori del turismo di massa spesso non hanno un occhio di riguardo nei confronti dell'ambiente, scelgono mezzi di trasporto con alto tasso di inquinamento, l'interesse principale per questo tipo di turisti è spendere il meno possibile e raggiungere la destinazione nel minor tempo possibile.

È evidente a questo punto che lo Slow Tourism contrasta completamente il turismo di massa.

Il turismo lento può essere definito come quel tipo di turismo che si caratterizza nel "fare meno cose ma fatte bene"<sup>5</sup>. Questo va contro alla filosofia del turismo contemporaneo in cui si ha come obiettivo quello di "fare più cose possibili anche a costo di farle male". Nella lentezza si preferiscono località che non sono state segnate da uno sviluppo intensivo, quindi dove i paesaggi e le tradizioni sono rimasti immutati nel tempo. Il turista cerca l'unicità del luogo, ossia qualcosa introvabile altrove che va protetta attraverso pratiche sostenibili tipiche del turismo lento. Al contrario del turismo

---

<sup>5</sup> Nocifora Enzo, De Salvo Paola, Calzati Viviana, Territori lenti e turismo di qualità: Prospettive innovative per lo sviluppo di un turismo sostenibile, Milano, Angeli, 2011

massa, il turismo lento predilige la filiera corta, le piccole aziende agricole che offrono prodotti unici; i protagonisti del viaggio hanno a cuore lo sviluppo del territorio, sostengono le piccole realtà cercando un contatto con coloro che abitano e lavorano per lo sviluppo della piccola comunità.

Il viaggiatore deve tornare a casa arricchito culturalmente e socialmente, deve aver imparato qualcosa dalla sua esperienza e farne frutto nella vita quotidiana.

In conclusione, possiamo quindi affermare che il turismo di massa è l'antitesi del turismo lento. La velocità tipica del turismo di massa nega in tutto e per tutto il bisogno del relax e della tranquillità. Lo Slow Tourism valorizza l'autenticità dell'esperienza all'interno della destinazione, mira a contrastare le esternalità negative caratterizzanti il turismo di massa attraverso la valorizzazione di un'identità che promuove sostenibilità e convivialità e si concentra sulla lotta contro la perdita di unicità dei luoghi (Woheler, 2004). Questo si oppone alla massificazione del turismo che fa della destinazione un prodotto standardizzato per il consumo di massa.

#### 1.4 PROFILO DEL TURISTA LENTO

Il turista lento è un turista colto, poiché non mira soltanto ad un'esperienza turistica, ma cerca di sperimentare un'esperienza di viaggio alternativa in confronto a quelle che vengono proposte sul mercato. Questo turista presenta quindi una propensione alla ricerca di mete quasi sconosciute caratterizzate dalle specificità territoriali. È consapevole dell'orrore causato dal turismo di massa, e non ha intenzione di rendersi responsabile delle conseguenze che la massificazione ha portato all'ambiente; per questo motivo è molto attento all'impatto ambientale e culturale. Viene ritenuta molto importante da questo tipo di viaggiatori la pratica sportiva per liberarsi dallo stress della città e dalla vita frenetica, vengono privilegiate le attività a impatto zero, come nel caso del nuoto o dell'ippoturismo<sup>6</sup>. Molto importante è anche la scelta delle strutture in cui soggiornare, vengono preferiti B&B, alberghi diffusi o agriturismi preferibilmente gestiti dalla popolazione locale o a conduzione familiare. I turisti lenti hanno un occhio di riguardo nei confronti delle tradizioni e i prodotti locali, infatti acquistano i prodotti del posto per supportare l'artigianato locale e rilanciare l'economia del luogo ospitante. L'immersione nella località in tutto e per tutto è al centro del viaggio, si cerca in ogni momento il contatto con la comunità locale, in modo da apprendere in modo diretto le

---

<sup>6</sup> Conosciuto anche come equiturismo, tipo di turismo praticato a cavallo per spostarsi in luoghi lontani dalle città.

usanze e le tradizioni dialogando con chi le vive in prima persona. La qualità per il turista lento significa autenticità e unicità, è disposto a pagare qualsiasi prezzo per avere questa autenticità. Inoltre, questo turista è disposto a pagare per sostenere iniziative di tipo benefico che vanno oltre l'esperienza turistica, come nel caso di una raccolta fondi per la costruzione di una scuola o di un ospedale.

Il turista slow viene definito come un turista *esploratore*<sup>7</sup>, molto vicino ai pionieri del Grand Tour data la sete di esplorazione e sperimentazione. Preferisce organizzare il viaggio autonomamente, non è attratto da quello che viene proposto sul mercato, definisce questi pacchetti come insoddisfacenti; anche se spesso ricorre a *last minute* o *low cost* quando il prezzo basso coincide con la qualità dell'esperienza offerta.

---

<sup>7</sup> Nocifora Enzo, De Salvo Paola, Calzati Viviana, Territori lenti e turismo di qualità: Prospettive innovative per lo sviluppo di un turismo sostenibile, Milano, Angeli, 2011, p. 34

## CAPITOLO 2 – TURISMO SLOW SOSTENIBILE NELLE ZONE DI MONTAGNA

### 2.1 SVILUPPO DI UN TURISMO SLOW IN MONTAGNA

Parlando di Slow Tourism, è facile che il pensiero ricada subito sui territori di montagna, poiché le attività praticate in queste zone sono caratterizzate soprattutto da una mobilità lenta, basti pensare al trekking, all'arrampicata, o ancora al cicloturismo. La montagna, quindi, si presta molto bene alla pratica di questo tipo di turismo, che in alcune zone resiste all'avvento del turismo di massa, il quale sta diventando sempre più frequente soprattutto nelle località molto popolari.

Lo scorso anno, il 2019, è stato dichiarato Anno Nazionale del Turismo Lento, e la montagna ne è stata la protagonista. Dario Franceschini, ex Ministro dei Beni Culturali e Turismo, affermò infatti: *"Il 2019 Anno del turismo lento sarà un ulteriore modo per valorizzare i territori italiani meno conosciuti dal turismo internazionale e rilanciarli in chiave sostenibile favorendo esperienze di viaggio innovative, dai treni storici a alta panoramicità, agli itinerari culturali, ai cammini, alle ciclovie, ai viaggi a cavallo. Investire sul turismo sostenibile è una strategia di sviluppo che ha come fine la tutela e la riproposizione innovativa di luoghi, memorie, conoscenze e artigianalità che fanno del nostro Paese un luogo unico: un circuito di bellezza straordinariamente diffuso lungo tutto il suo territorio fisico, e lungo un arco di secoli di civiltà. Una strategia fondamentale per governare la crescita dei flussi turistici che ci attendiamo per i prossimi anni"*.<sup>8</sup> Riacciandoci a questo, nella tarda primavera dello stesso anno, il 2019, è partito anche un altro progetto, Và Sentiero<sup>9</sup>, che è riconducibile al turismo di tipo lento. Lo scopo di questo progetto è in primo luogo quello di percorrere tutta l'Italia attraverso la rete di sentieri, chiamata Sentiero d'Italia<sup>10</sup> e ripristinata grazie al lavoro di manutenzione messo in atto dal CAI (Club Alpino Italiano); in secondo luogo i

---

<sup>8</sup> MIBAC, Ministero per i beni e le attività culturali per il turismo, [https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_asset.html\\_611361093.html](https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_611361093.html) consultato il 20/07/2020

<sup>9</sup> Nasce dal sogno di tre ragazzi partiti con altri tre il primo maggio 2019 dal Golfo di Trieste, i ragazzi hanno impiegato 7 mesi per raggiungere i monti Sibillini, completando la prima parte del percorso. A causa dell'emergenza COVID-19 non hanno potuto proseguire a marzo 2020 come previsto.

<sup>10</sup> Percorso di 7000 km di sentieri che attraversa e collega tra di loro le regioni italiane, ideato nel 1983 da un gruppo di giornalisti escursionisti e realizzato dal CAI. <https://sentieroitalia.cai.it/progetto-sentiero-italia/> consultato il 20/07/2020

protagonisti di quest'avventura si sono interessati soprattutto all'avvicinamento con le popolazioni locali, alla loro cultura e tradizioni. I fondatori dell'associazione Và Sentiero avevano come obiettivo anche quello di risollevarne l'economia delle zone di alta montagna, che ultimamente stava sempre più risentendo dell'avvento della globalizzazione e dello spopolamento delle montagne, attraverso questo progetto hanno voluto aiutare chi vive in montagna e non si vuole spostare, un nuovo turismo di tipo sostenibile poteva essere un gancio per le economie locali.



Figura 2: Mappa del Sentiero Italia. Fonte: sentieroitavia.cai.it

Il turismo sostenibile di tipo slow è molto diffuso nelle zone di montagna soprattutto durante la stagione estiva e primaverile per motivi legati prevalentemente al clima, poiché lo Slow Tourism richiede un contatto diretto con la natura. Per quanto riguarda l'inverno, negli ultimi anni si è assistito ad un fortissimo cambiamento climatico che ha portato ad un calo della neve sui rilievi, in particolare è calata del 78% nelle aree

montuose di tutto il pianeta tra il 2000 e il 2018<sup>11</sup>. Questo porterà sempre di più ad un accorciamento della stagione sciistica che riscontra già numerosi problemi per la mancanza di neve e temperature troppo elevate che rendono difficile la produzione e il mantenimento della neve artificiale. Le località sciistiche situate a bassa quota devono affrontare la problematica della mancanza di neve naturale, per produrre una quantità elevata di neve artificiale l'investimento è notevole e, essendo a bassa quota, con le basse temperature avrebbe una durata minima. Le zone a bassa quota dovrebbero quindi porre una maggiore attenzione alla promozione del turismo nella stagione estiva.

In aggiunta a questo problema, la montagna sta subendo anche un cambiamento da parte delle aspettative dei visitatori, i quali in inverno non si limitano soltanto alla pratica dello sci ma cercano un'offerta differenziata che comprenda anche altre proposte come le ciaspolate, l'avvicinamento alla cultura e tradizioni del luogo, relax in centri wellness e trekking. L'offerta deve avere una certa flessibilità, a causa proprio delle condizioni climatiche instabili, in questo modo si può garantire un flusso turistico costante. Per questo motivo stiamo assistendo a quella che la CIPRA<sup>12</sup> definisce una vera e propria transizione del turismo invernale. I viaggiatori chiedono sempre più un tipo di turismo sostenibile anche nei mesi invernali, "sia in termini sia in termini di viaggio, soggiorno, gastronomia o attività del tempo libero" (CIPRA 2017). I pacchetti turistici proposti dovrebbero attuare un coinvolgimento anche della popolazione locale e dei villeggianti, il settore dell'agricoltura e dell'artigianato locale e la cultura. Inoltre, oggi si è sempre più interessati a limitare gli sprechi e agli impatti ambientali, per questo motivo la CIPRA propone di migliorare i trasporti pubblici dal punto di vista dell'emissione di sostanze inquinanti e potenziare l'offerta poiché in alcune zone alpine i trasporti pubblici sono limitati o inesistenti. Si potrebbe inoltre proporre un servizio di trasporti pubblici a chiamata o prenotabili attraverso applicazioni, grazie alla digitalizzazione che è sempre più in crescita.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Risultato di uno studio condotto dall'Eurac Research di Bolzano il 13/05/2020  
<http://www.eurac.edu/it/research/mountains/remsen/Pages/newsdetails.aspx?entryid=135206>  
consultato il 21/07/2020

<sup>12</sup>Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi "Fin dalla sua costituzione, nel 1952, la CIPRA promuove l'incontro fra persone e organizzazioni che si impegnano a favore dello sviluppo sostenibile nelle Alpi, superando confini linguistici, culturali, geografici e politici. Dal 1975 è attiva come organizzazione «ombrello». Ne fanno parte più di 100 associazioni, organizzazioni e persone." Fonte <https://www.cipra.org/it/chi-siamo> consultato il 24/07/2020

<sup>13</sup> Documento di posizione della CIPRA – Transizione nel turismo invernale, Schaan, febbraio 2017

### 2.1.1 LE DIFFICOLTÀ DI MANTENERE UNO SVILUPPO SOSTENIBILE IN MONTAGNA

Nelle Alpi si assiste sempre di più a un tipo di turismo che porta ad un sovraffollamento dei luoghi e ad una situazione difficile da gestire e da controllare. Secondo la Convenzione delle Alpi<sup>14</sup>, le questioni principali che lo sviluppo sostenibile del turismo deve affrontare sono due. La prima si riferisce al fatto che il 10 % dei comuni alpini caratterizzati da una forte partecipazione turistica in particolare in inverno, si dovrebbe impegnare a ridurre e controllare gli impatti ambientali che derivano dal funzionamento delle infrastrutture turistiche. La seconda riguarda invece le aree che si concentrano su un turismo di tipo estensivo; queste zone dovrebbero “rendere possibile a livello locale lo sviluppo sociale, economico e occupazionale, attraverso un miglioramento attentamente pianificato dei loro punti di forza, la regolamentazione e l’organizzazione di tale valorizzazione, l’innovazione, la diversificazione, la qualità e l’autenticità” (Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi).

Una parte molto importante riguarda l’impatto che il turismo ha sulla popolazione locale. Lo Slow Tourism, come specificato in precedenza, richiede uno stretto contatto e scambio con la comunità locale, è ritenuto proprio un punto cardine per la pratica di questo tipo di turismo. In relazione a questo, purtroppo, negli ultimi anni si sta assistendo ad uno spopolamento delle zone di montagna. Questo fenomeno è causato principalmente dalla perdita di valore di alcuni mestieri e attività che hanno sempre caratterizzato le zone di montagna, come la pastorizia e l’agricoltura. Con la crescita del turismo intensivo, la richiesta della costruzione di nuove infrastrutture è in crescita e l’urbanizzazione ha quindi portato ad una diminuzione di terreni destinati all’agricoltura e di pascoli per la pratica della pastorizia. In questo modo, non è più possibile portare avanti un’attività del genere pensando di potersi mantenere, per questo motivo gli abitanti delle montagne sono costretti a doversi spostare verso la città per poter trovare un altro tipo di impiego. Inoltre, un altro motivo di abbandono della montagna può essere legato all’aumento del costo della vita di tutti i giorni causato dal turismo di massa che ha ripercussioni anche sul costo dei terreni o la creazione di tasse aggiuntive sulle infrastrutture.

---

<sup>14</sup> Nata negli anni Novanta, si tratta del “primo trattato internazionale al mondo che considera un’area montana transnazionale nella sua interezza geografica”. Il suo obiettivo è quello di proteggere e promuovere uno sviluppo sostenibile delle Alpi. <https://www.alpconv.org/it/home/> consultato il 24/07/2020

La pratica di un turismo a contatto con la comunità locale non è quindi sempre possibile, per avere una situazione di sostenibilità si dovrebbe trovare un equilibrio tra lo sviluppo del turismo e il mantenimento della popolazione locale invogliandola a restare ad abitare le montagne. Il turismo lento è un esempio di cambiamento su questo fronte, poiché non si limita a creare valore per le strutture ricettive, ma si impegna a sostenere le tradizioni, l'artigianato e tutto ciò che gira attorno al territorio; questo accade poiché chi decide di viaggiare in questo modo ha compreso perfettamente di cosa ha bisogno la montagna per sopravvivere e per mantenere l'unicità che la contraddistingue.

Un ostacolo non indifferente già accennato in precedenza parlando della stagione invernale è il cambiamento climatico. La Convenzione delle Alpi afferma che il cambiamento climatico porterà parecchi problemi alle zone alpine come l'insorgere sempre più frequente di catastrofi naturali che allontaneranno a poco a poco i visitatori della montagna poiché verrà vista come territorio pericoloso. Il paesaggio subirà e sta già subendo un mutamento come lo scioglimento dei ghiacciai soprattutto nelle Alpi, uno studio fatto dall'Università di Erlangen-Norimberga a giugno 2020<sup>15</sup> afferma che nel giro di 14 anni (2000-2014) i ghiacciai alpini si sono ritirati parecchio perdendo 22 metri cubi di ghiaccio e la regione più colpita è quella della Svizzera.

Il paesaggio cambia anche a causa della costruzione di infrastrutture turistiche, che vanno a deturpare la bellezza incontaminata delle montagne, e con lo scomparire degli antichi mestieri che mantengono viva la montagna e conservano il paesaggio grazie a pascoli e agricoltura, si assisterà ad un abbandono del territorio che apparirà sempre più disordinato e poco accogliente.

## 2.2 L'IMPORTANZA DEL CICLOTURISMO NEL TURISMO SLOW

Il cicloturismo è un trend in crescita, questo lo si comprende dall'analisi condotta da Isnart-Unioncamere e Legambiente in occasione del BikeSummit2019, in cui risulta che le presenze cicloturistiche già nel 2018 sono state pari a 77,6 milioni, quindi l'8,4 % del turismo italiano<sup>16</sup>. La vacanza in bicicletta viene scelta anche da molte famiglie, poiché è un'attività che spesso è alla portata di tutti, ci sono percorsi adatti anche ai bambini.

---

<sup>15</sup> <https://www.nature.com/articles/s41467-020-16818-0> consultato il 27/07/2020

<sup>16</sup> 1° rapporto Isnart – Legambiente, "Cicloturismo e cicloturisti in Italia", Roma 26 marzo 2019 Unioncamere



Per quanto riguarda il cicloturismo, la regione Trentino-Alto Adige è specializzata in percorsi e piste ciclabili di diversi livelli di difficoltà; presenta 400 km di piste percorribili su due ruote che vanno dal lago di Garda alle Dolomiti. I percorsi sono ben segnalati, facili da seguire ed è possibile scegliere il livello di difficoltà secondo le proprie capacità. La Val di Fassa e la Val di Non offrono itinerari tra montagne e boschi alla portata di tutti, c'è la possibilità anche di noleggiare una e-bike con la pedalata assistita per godersi il paesaggio e la natura senza fare eccessiva fatica.

L'uso della bicicletta non produce nessun tipo di inquinamento dell'aria e acustico, quindi è una scelta di molti turisti che seguono la filosofia slow. Per collegare un tratto ad un altro oppure per percorrere tratti più lunghi vengono utilizzati i mezzi pubblici, sui quali in Trentino si può comodamente trasportare la propria bicicletta<sup>17</sup> ad un costo minimo. Inoltre, pensando ai benefici ambientali della bicicletta, per la costruzione delle piste ciclabili, vengono spesso recuperati luoghi abbandonati o sentieri di montagna inutilizzati e inselvatichiti trasformandoli in percorsi usufruibili dai ciclisti.

Vengono organizzati percorsi che portano anche all'avvicinamento con i sapori e le tradizioni del luogo, percorsi tra vigne, cantine, malghe e rifugi. In Trentino e Veneto troviamo numerosissimi percorsi organizzati con guida o autonomi che mirano alla scoperta delle antiche malghe e dei sapori del territorio. In Piemonte troviamo invece degli itinerari che portano a scoprire le vigne e le cantine con tanto di degustazioni e parchi naturali<sup>18</sup>.

### 2.3 STRUTTURE DI ACCOGLIENZA

Le strutture privilegiate dal turista slow devono avere alcune caratteristiche. Prima di tutto è richiesto lo stretto contatto con la popolazione locale, quindi vengono scelte piccole realtà gestite da persone locali o a conduzione familiare, caratterizzate da genuinità e semplicità. In secondo luogo, ricordiamo che il turista slow ha un occhio di riguardo sulla minimizzazione dell'impatto ambientale, le strutture devono portare avanti azioni legate all'ecologia.

---

<sup>17</sup> <https://www.trentinotrasporti.it/tariffe/trasporto-biciclette> "La tariffa provinciale per il trasporto biciclette è di 2,00 € per ogni tratta percorsa (indipendentemente dalla distanza). Questa tariffa si applica su tutti i treni e gli autobus extraurbani all'interno dei confini della Provincia ivi compresa la funivia Trento-Sardagna" consultato il 29/07/2020.

<sup>18</sup> <https://www.piemontescape.com/it/percorsi-ciclabili/> consultato il 30/07/2020

Per quanto riguarda l'alimentazione, i prodotti offerti devono avere possibilmente tracciabilità, o meglio km 0 derivanti direttamente da attività praticate da chi gestisce la struttura (agricoltura, pastorizia). Viene eliminato tutto ciò che rimanda al turismo di massa o prodotti standardizzati. Negli ultimi anni, lo Slow Tourism è sempre più in voga, infatti si stanno creando molte di queste strutture attente all'ambiente e che danno un senso di tranquillità, poiché la domanda è in notevole crescita.

### 2.3.1 AGRITURISMO

L'agriturismo può essere definito come la forma più diffusa di ospitalità rurale, non solo in montagna ma anche in campagna o non molto al di fuori delle grandi città. Essi sono nati anche per integrare parte dell'economia di alcune famiglie che svolgono attività di agricoltura o pastorizia, così da avere un introito maggiore oltre alla semplice vendita dei propri prodotti.

Gli agriturismi sono perlopiù gestiti da famiglie che vanno dai più anziani ai più giovani, coinvolgendo tutti i membri della famiglia. *“Il modello familiare è quindi alla base del successo dell'agriturismo e, probabilmente, lo stesso fenomeno agrituristico non si sarebbe mai sviluppato se in Italia le aziende agricole non fossero in prevalenza gestite direttamente dalle famiglie”* (Mangialardi, 2015).

Solitamente queste strutture sono collocate al di fuori dei centri abitati, in luoghi appartati dove poter godere di un'esperienza autentica lontana dalla frenesia e la velocità del mondo cittadino. Gli edifici sono caratterizzati in genere da un'architettura che rimanda alle origini, con l'utilizzo del legno e della pietra o il recupero di antichi edifici che vengono ristrutturati ma che mantengono gli elementi architettonici più importanti tipici del luogo che rispecchiano la tradizione e la cultura. I turisti hanno la possibilità di vivere per un certo periodo di tempo a stretto contatto con la comunità locale e vengono coinvolti nelle attività agricole e pastorali, come potrebbe essere la coltura di un ortaggio o l'alimentazione di un animale.

Spesso affiancata agli agriturismi abbiamo la fattoria didattica<sup>19</sup>. molto importante per l'offerta alle famiglie. Qui oltre all'attività turistica si offre un'attività di tipo educativa per i più piccoli, i quali hanno la possibilità di avvicinarsi al mondo degli animali

---

<sup>19</sup> Tipologia di azienda agricola che trova le sue origini soprattutto nel Nord America e nel Nord Europa. In Italia oggi possiamo contare circa 2600 fattorie didattiche <https://www.fattoriedidattiche.net/cosa-sono-le-fattorie-didattiche/origine-e-diffusione/> consultato il 27/07/2020

imparando a conoscere la loro alimentazione e i loro comportamenti, oltre a questo spesso viene offerta un'altra attività come ad esempio imparare a lavorare il latte per la trasformazione in prodotti caseari.

### 2.3.2 BAITA DIFFUSA

La baita diffusa<sup>20</sup>, è una proposta che rispetta l'ambiente e la comunità locale in tutto e per tutto. Si tratta di un insieme di edifici, in questo caso baite di montagna, dislocati all'interno del piccolo borgo ma legati da un'unica gestione. Quello che differenzia questo tipo di sistemazione dalle altre è che in questo sistema vengono utilizzati edifici preesistenti, senza il bisogno quindi di costruire nuovi stabili per l'accoglienza. In questo modo si evita quindi il problema dell'urbanizzazione in montagna già esposto in precedenza.

Nasce per valorizzare alcuni piccoli centri, a volte disabitati, caratterizzati da stili architettonici tradizionali, per fare in modo che non vadano persi e vengano riutilizzati a scopo turistico. In montagna vengono recuperate soprattutto baite antiche, antiche stalle, fienili o laboratori artigianali. Ovviamente, questo tipo di sistemazione non si indirizza ad un vasto numero di target differenti (come può invece esserlo l'agriturismo), ma ad uno specifico target che è rappresentato dai turisti che amano il trekking e la vita di montagna, poiché il sistema della baita diffusa è solitamente localizzato in alpeggi o borghi raggiungibili solamente a piedi come se fossero dei rifugi. La baita diffusa offre servizio di pernottamento e prima colazione, spesso si può fruire di questo servizio in modo autonomo senza il bisogno della presenza dei gestori sul posto.

In Val Taleggio nel 2009, valle della Lombardia, è nata la prima *Baita & Breakfast*, che rimanda al tipico Bed & Breakfast con la differenza di essere in una baita di montagna. Questo progetto è stato costituito per recuperare delle antiche baite e fienili e trasformare in strutture di accoglienza. Inoltre, è possibile usufruire anche di un centro benessere tipicamente montano con bagni di fieno e cereali, per immergersi completamente nella cultura bergamasca è presente anche un laboratorio multisensoriale ed un piccolo museo. La differenza principale tra questo tipo di accoglienza e il Bed & Breakfast è che qui l'ospite può gestirsi autonomamente. Questo è un esempio tipico che sceglierebbero i turisti slow perché rispecchia tutte le caratteristiche di questo

---

<sup>20</sup> Definita come albergo diffuso quando non si parla di montagna ma di spazi più collinari o di campagna.

turismo: immersione nella natura, contatto con la comunità locale, attenzione all'ambiente, attività pratiche per conoscere le usanze e tradizioni del posto.

## 2.4 TURISMO ENOGASTRONOMICO E FILIERA CORTA MONTANA

Il turismo enogastronomico è racchiuso all'interno del turismo lento, nel caso in cui, i prodotti offerti siano stati prodotti in modo sostenibile quindi lontani dal mondo delle grandi industrie e della standardizzazione. Il turista in questione è interessato alla riscoperta dei sapori antichi e tradizionali, che non per forza devono essere piatti elaborati e sofisticati ma genuini e semplici. I viaggiatori lenti privilegiano i prodotti tipici locali km 0, come espresso in precedenza parlando di agriturismi.

Sono molti i turisti italiani che mettono in atto vacanze caratterizzate da un turismo enogastronomico a km 0. Questo viene confermato da un'analisi Coldiretti/Ixè effettuata nell'estate 2019, dalla quale è emerso che il 72% degli italiani in vacanza privilegiano prodotti tipici locali a km 0<sup>21</sup>. Questo significa che viene data parecchia importanza alle aziende agricole e i turisti sono più che favorevoli di sostenerle, poiché la qualità del prodotto è maggiore di un prodotto industriale; il turista è quindi disposto a spendere di più per avere un prodotto di qualità.

Ma cosa significa esattamente prodotto a km 0? Negli ultimi anni si è data questa definizione ad alcuni prodotti poiché si è voluto limitare il numero degli intermediari tra la produzione e la vendita, abbiamo quindi prodotti locali che vengono prodotti e venduti nello stesso luogo, non vengono trasportati per nulla o solo per brevi tratti, così risparmiando anche sui costi che derivano dal trasporto e i vari imballaggi. Questo garantisce quindi l'integrità e la qualità dei prodotti offerti. Il termine filiera corta non è altro che un sinonimo di km 0, in quanto vuole significare l'eliminazione di passaggi produttivi portando ad un rapporto diretto tra produttore e consumatore oppure i prodotti vengono consegnati ai ristoranti o punti vendita del luogo evitando troppi passaggi e mantenendo il prodotto sempre fresco.

Per quanto riguarda la filiera corta in montagna, esistono molte piccole aziende spesso a gestione familiare che possiedono terre coltivano ortaggi e piccoli frutti e allevano animali dai quali ricavano latte e successivamente formaggio o carne e uova. I prodotti

---

<sup>21</sup> <https://www.coldiretti.it/economia/cucina-km0-3-italiani-4-vacanza>

“Cucina a km0 per 3 italiani su 4 in vacanza” pubblicato il 25 luglio 2019, consultato il 27/07/2020

offerti sono unici e caratterizzanti il territorio e la regione in cui sono prodotti. La qualità di questi prodotti è molto alta e vengono costantemente controllati, non vengono trattati con prodotti nocivi, cosa che invece spesso succede nei prodotti industriali. Il lavoro che gira intorno alla filiera corta è notevole soprattutto per agricoltori e pastori, i quali passano ore ed ore nei loro orti o nelle stalle per ottenere un prodotto di qualità. Per questo motivo i prodotti offerti possono avere un prezzo più elevato di quelli trovati nei supermercati, il consumatore che raggiunge le montagne per acquistare questi prodotti comprende il lavoro e la fatica che c'è dietro al prodotto finito.

I produttori devono essere in grado di comunicare il “valore aggiunto” di questi prodotti ai turisti, poiché si aspettano che il prodotto di montagna abbia una qualità maggiore, che viene intesa come genuinità, tradizione e autenticità, di prodotti simili che vengono prodotti industrialmente.

Per i turisti slow è molto importante la tracciabilità del prodotto, sono quindi amanti della filiera corta. Ricercano il rapporto con il produttore per scoprire la storia che c'è dietro al singolo prodotto, si interessano anche al processo e i passaggi che attraversa il latte per arrivare al prodotto caseario, oppure la produzione del miele dall'alveare al vasetto, viene vissuta un'esperienza unica a contatto con il produttore.

Tuttavia, non è così semplice portare avanti un'attività di filiera corta biologica in montagna. L'agricoltore o l'allevatore devono far fronte ad alcune problematiche che caratterizzano i territori alpini. In particolare, il primo problema riguarda le dimensioni aziendali che sono spesso minime, non vi è sempre la possibilità di espansione e quindi di concorrere con le grandi aziende. In secondo luogo, spesso i proprietari dell'azienda non sono giovani e diventa difficile in alcuni casi avere il cambio generazionale caratterizzato dalla stessa abilità e conoscenza nel campo. Per ultimo abbiamo nella maggior parte dei territori alpini il problema della *“mancanza di infrastrutture logistiche e di trasporto, ancor più strategiche per l'approccio ai mercati del biologico, spesso non contigui alle aree montane”*.<sup>22</sup> I territori di montagna sono spesso difficili da raggiungere e a volte diventa complicato trasportare i propri prodotti a valle per la vendita e la distribuzione data la mancanza di strade percorribili in macchina.

---

<sup>22</sup> AGRICOLTURA BIOLOGICA: UN'OPPORTUNITÀ PER LA MONTAGNA, Progetto “Adotta una Valle Bio”, Simonetta Mazzarino Dipartimento di Economia e Statistica “Cognetti de Martiis” Università degli Studi di Torino, progetto presentato alla Convenzione delle Alpi e finanziato nell'ambito del Fondo Italiano presso il PSAC per l'attuazione della Convenzione delle Alpi in Italia, luglio 2019

## CAPITOLO 3 - LO SVILUPPO DELLO SLOW TOURISM NELLE MONTAGNE VALSESIANE

### 3.1 INQUADRAMENTO GEOGRAFICO E CULTURALE DELLA VALSESIA

La Valsesia è una valle appartenente alle alpi Pennine nell'alto Piemonte. Il suo nome deriva dal fiume che la attraversa, il fiume Sesia che ha origine dal ghiacciaio del Monte Rosa a 2.500 metri circa. Si estende dalle pendici del versante meridionale del Monte Rosa a Romagnano, formando piccole valli laterali come la Val Sermenza e la Val Mastallone. *“Confina a nord con la Valle Anzasca, a ovest con la Val di Gressoney, a est con la Val Strona e il bacino del lago d’Orta, a Sud con il biellese.”*<sup>23</sup>

Il Monte Rosa è il protagonista della Valsesia, si pone come confine naturale tra Svizzera ed Italia. Ospita il rifugio più alto d'Europa sulla Punta Gnifetti: la Capanna Margherita con i suoi 4559 m., punto panoramico e d'appoggio per gli alpinisti. Il massiccio si estende fino a 4634 m. d'altezza con la Punta Dufour.

La Valsesia è un territorio colonizzato dal popolo Walser nel XIII secolo. I Walser arrivarono in Valsesia a piedi attraverso colli e passi. Le colonie che formarono sono principalmente 6: Alagna, Carcoforo, Rima, Rimella, Riva Valdobbia e Rimasco. Al popolo Walser dobbiamo la rete di sentieri, i centri abitati dei quali conserviamo ancora le abitazioni originali caratterizzate dalla tipica struttura architettonica e hanno portato avanti attività di sistemazione dei terreni in modo da renderli coltivabili. Inoltre, i Walser erano molto credenti e legati a riti religiosi e tradizioni che sono rimaste molto sentite anche al giorno d'oggi. Da non dimenticare sono i particolari e colorati abiti caratteristici di questo popolo, indossati oggi in occasione di feste e incontri come il “Walsertreffen”, incontro che avviene ogni tre anni tra le comunità Walser delle alpi.

Le genti Walser hanno portato insieme alle tradizioni e l'architettura la loro lingua, un'antica lingua germanica simile all'antico dialetto svizzero. Il nome richiama la sua origine deriva infatti da *walliser* che significa abitante del Canton Vallese, terra da dove derivano i Walser. Questo dialetto presenta sfumature in ognuna delle sei colonie valsesiane, possiamo trovare variazioni tra le parole o nella pronuncia.

---

<sup>23</sup> <https://www.invalsesia.it/territorio/> consultato il 11/08/2020

### 3.3 IL TURISMO IN VALSESIA

Il territorio valesiano è molto versatile, offre la possibilità di praticare diverse attività nei vari periodi dell'anno. Viene frequentato soprattutto dagli amanti dello sport, poiché l'offerta sportiva è molto vasta.

Per quanto riguarda l'inverno, le montagne valesiane offrono stazioni sciistiche all'avanguardia, in particolare l'alpe di Mera di Scopello e ad Alagna con uno dei più grandi comprensori d'Europa con 180 km di piste: il comprensorio MonterosaSki. Oltre alle piste, vi è la possibilità di praticare scialpinismo, freeride e ciaspole nella natura che offre panorami innevati meravigliosi e scorci sul Monte Rosa che difficilmente si possono trovare altrove.

Nel periodo estivo le proposte sono molteplici. In prima linea abbiamo il trekking: la Valsesia con le sue valli laterali offre percorsi ed itinerari di diversi livelli di difficoltà per famiglie e anche per alpinisti esperti, il target è quindi molto vasto e diversificato.

L'alpinismo è molto praticato sul massiccio del Monte Rosa, in particolare nel periodo estivo l'ascesa alla Capanna Regina Margherita viene scelta da molti alpinisti.

Non sono da sottovalutare gli sport praticati sul fiume Sesia, il quale, data la sua speciale conformazione, offre la possibilità di praticare rafting, canoa, kayak, canyoning e hidrospeed.

Molto importante e praticata è la pesca sportiva nelle acque del fiume Sesia e in alcuni laghetti adibiti a pesca. Il lago artificiale di Rimasco, creato nel 1925, attira molti turisti poiché si trova in una posizione comoda anche per coloro che sono alle prime armi.

La Valsesia è ricca di itinerari culturali dati dalla ricchezza artistica con chiese, musei e opere d'arte. Innanzitutto, il territorio valesiano ha la fortuna di custodire l'antico Sacro Monte di Varallo, luogo di devozione e ricchissimo di opere d'arte a cura di famosi artigiani e artisti della valle come Gaudenzio Ferrari<sup>24</sup>. Il Sacro Monte è patrimonio dell'UNESCO dal 2003 ed è composto da 44 cappelle e la Basilica dell'Assunta. Per raggiungerlo c'è la possibilità di arrivare in macchina, di percorrere a piedi l'antica strada a ciottoli utilizzata da sempre dai pellegrini che raggiungono il luogo sacro oppure si può salire con la panoramica funivia che parte dalla città di Varallo, definita come la funivia più ripida d'Europa.

---

<sup>24</sup> Nato in Valsesia alla fine del XV secolo fu pittore scultore e architetto.

Altro itinerario culturale che caratterizza la Valsesia è quello alla scoperta della cultura del popolo Walser, citato in precedenza. Ad Alagna, Rima, Rimella e Carcoforo è possibile individuare i villaggi walser caratterizzati da case con un particolare stile architettonico. Sono composte nella parte bassa in pietra ed una in legno di larice, in particolare il primo piano dove si può vedere la tipica balconata adibita anticamente all'asciugatura del fieno e all'essiccazione di cereali vari. Per entrare proprio in contatto da vicino con la cultura walser è possibile visitare il museo walser di Pedemonte (Alagna), dove sono custoditi molti oggetti originali e si possono visitare i locali di un'antica casa walser rimasti immutati nel tempo.

Il turismo enogastronomico è molto sviluppato in valle, sono infatti parecchi i prodotti tipici che vengono proposti. In primo luogo, il vino nella bassa Valsesia derivante dalle famose vigne di Gattinara e Ghemme che producono vini pregiati. Per quanto riguarda invece gli alimenti abbiamo la "toma", formaggio tipico degli alpeggi valesiani fatto con latte vaccino. La "miaccia" è invece un piatto della tradizione che trasmette il valore della semplicità; è composta infatti solo da farina, latte e in alcuni casi panna e uova, viene cotta in un ferro apposito e il risultato finale è quello di una cialda che viene unita ad un'altra e vengono farcite principalmente con la toma ma anche con salumi o marmellata.

### 3.2 LA GRANDE TRAVERSATA DELLE ALPI (GTA) E L'IMPATTO CHE HA SUL TURISMO LOCALE

Il GTA (Grande Traversata delle Alpi), è un percorso lungo 1000 km con 55 tappe che si estende in tutte le alpi occidentali del Piemonte. L'itinerario porta alla scoperta dei sentieri alpini meno percorsi dal turismo di montagna. Il percorso è nato per essere svolto dal mare al nord del Piemonte, ma viene scelto dalla maggior parte dei turisti di svolgerlo da nord a sud, soprattutto perché la maggior parte dei frequentatori sono di origine tedesca o svizzera, è quindi percorribile in entrambi i sensi. Ogni tappa è caratterizzata da uno o più posti tappa chiamati proprio "posti tappa GTA" creati appositamente per i frequentatori di questo percorso. Il territorio offre strutture gestite e non gestite. Quelle gestite sono principalmente alberghi, rifugi, ostelli che già ospitano altri tipi di turisti durante l'anno. Al contrario quelle non gestite sono soprattutto bivacchi in cui si può liberamente pernottare con il proprio sacco e spesso c'è anche uno spazio in cui cucinare. I bivacchi vengono scelti da chi preferisce dormire in quota e



risparmiare. Le strutture rispecchiano i canoni dello Slow Tourism, offrono prodotti tipici del luogo e spesso a km 0, poiché molti posti tappa sono gestiti da proprietari di aziende agricole che possiedono animali e propongono quindi i loro prodotti.



Figura 3: Mappa del GTA. Fonte: [www.feitalia.com](http://www.feitalia.com)

La Grande Traversata delle Alpi è l'esempio tipico dello Slow Tourism. Innanzitutto, poiché richiede per ogni tappa il contatto molto stretto con la natura incontaminata anche in luoghi dove l'uomo non è mai intervenuto. In secondo luogo, la lentezza caratterizza per prima questo tipo di percorso che viene svolto interamente a piedi senza l'utilizzo di mezzi di trasporto (a meno che ci siano condizioni di maltempo che non rendano possibile l'attraversata di alcune tappe). Il contatto con la popolazione locale è all'ordine del giorno durante il percorso GTA. All'interno dei posti tappa vengono incontrate parecchie persone del luogo con le quali scambiare idee e imparare caratteristiche della tappa in cui si è. Il turista del GTA è proprio alla ricerca del confronto con gli abitanti, il percorso oltre al benessere fisico deve portare ad un

arricchimento culturale e sociale dato proprio all'incontro con gli autoctoni e la visita del luogo.

Per quanto riguarda la Valsesia, il GTA inizia percorrendo il Colle Maccagno e continua toccando la frazione Sant'Antonio in Val Vogna, successivamente i paesi di Alagna, Rima, Carcoforo, Fobello, Rimella e per finire la Bocchetta di Campello che porta poi in Val Strona. Il percorso è facilmente individuabile seguendo i tipici segnali bianchi e rossi con la scritta GTA.

In Valsesia, il GTA porta un flusso turistico non indifferente nella stagione escursionistica estiva quindi da giugno a settembre. La frequentazione è perlopiù di origine tedesca e svizzera, anche se negli ultimi anni anche la popolazione italiana sta intraprendendo sempre di più questo percorso. Questo è dovuto anche al fatto che si è alla ricerca della tranquillità e in particolare della sostenibilità soprattutto nel turismo. Il GTA è un modo per vivere le montagne valesiane in tutto e per tutto, attraversando i sentieri meno conosciuti ed entrando in contatto con la cultura walser e il modo di vivere dei valesiani. I partecipanti del GTA sono molto interessati a visitare luoghi storici e musei in ogni tappa. Al pomeriggio dopo essere giunti nella nuova tappa visitano e si interessano a quello che la tappa offre.

### 3.4 COME SI È SVILUPPATO LO SLOW TOURISM IN VALSESIA

Lo Slow Tourism in Valsesia è per certi versi già ben sviluppato e per altri ancora in fase di elaborazione, poiché rimane comunque una tendenza abbastanza nuova e in via di sviluppo ovunque.

La Valsesia si presta ad uno sviluppo turistico di tipo lento in particolare per il fatto che la maggior parte delle località rimangono lontane dal turismo di massa e sono spesso poco frequentate, escludendo i paesi di Alagna e Scopello molto frequentati soprattutto nella stagione invernale a causa della presenza degli impianti sciistici. Il territorio valesiano è ricco di potenziale turistico sfruttato solo in parte.

Per quanto riguarda lo Slow Tourism abbiamo in prima linea sicuramente il trekking e le passeggiate nella natura che rispondono completamente alle esigenze del turista slow. In Valsesia sono molto frequentati ad esempio i tour negli alpeggi spesso dei giri ad anello anche a bassa quota, con la possibilità nel periodo estivo di entrare a contatto

diretto con i pastori e degustare i loro prodotti, conoscere qualcosa in più sull'antica tradizione e pratica della pastorizia in montagna.

Un altro protagonista dello Slow Tourism è il cicloturismo come spiegato nel precedente capitolo. La Valsesia per unire lo sport alla natura e al divertimento su due ruote ha diverse offerte. In primo luogo, alcune parti dei comprensori sciistici di Mera e del Monterosa Ski in estate vengono percorsi da moltissimi amanti della mountain bike, essendoci la possibilità di trasportare la propria bicicletta sugli impianti di risalita aperti anche d'estate. Inoltre, è possibile percorrere la pista ciclabile che parte dal paese di Scopca e arriva a Mollia, 18 km di pista a fianco del fiume percorribile facilmente da tutti con una bicicletta elettrica oppure con una mountain bike. Tutti gli itinerari valesiani adibiti al cicloturismo sono immersi nel verde e creati in modo sostenibile rispettando l'ambiente, l'impatto ambientale è infatti minimo, poiché le piste sono tutte sterrate.

Coloro che lavorano nel settore turistico in Valsesia hanno a cuore la filiera corta e la valorizzazione dei prodotti tipici locali. Ricordiamo che coloro che intraprendono un viaggio all'insegna dello Slow Tourism ricercano prodotti con tracciabilità. In Valsesia, per rispondere a questa necessità, possiamo trovare soprattutto nell'alta Valsesia molti agriturismi che offrono prodotti derivanti direttamente dai loro animali o dai loro orti.

Negli ultimi anni, è ripresa molto l'attività dell'agricoltura di montagna, vengono coltivati ortaggi negli alpeggi anche ad alta quota in modo sostenibile, in particolare è diffusa la coltura di patate di montagna specialmente negli alpeggi di Alagna. Legato a questo, abbiamo anche il ritorno di alcune persone alla montagna e alla pratica degli antichi mestieri di pastorizia e agricoltura, anche se, come nella maggior parte delle zone montane, lo spopolamento sussiste ancora. Ultimamente, in Valsesia, si assiste ad un ritorno dei giovani alla montagna, soprattutto un ritorno alla pastorizia e alla caseificazione, aspetto molto importante per il futuro della valle che a volte sembra incerto. Queste caratteristiche sono molto importanti per il turismo lento, il turista viene attirato dalla tradizione, semplicità e genuinità che il territorio offre.

Per uno sviluppo di tipo slow la Valsesia ha ancora parecchia strada da fare. In primo luogo, non tutte le zone valesiane sono accessibili tramite mezzi pubblici: la linea ferroviaria che fino a qualche anno fa arrivava fino al paese di Varallo Sesia è stata sospesa e l'ultima stazione più vicina è Novara, da lì in poi si può entrare in Valsesia con dei pullman, ma gli orari sono spesso scomodi e le corse non sono molte durante il

giorno. Inoltre, alcuni borghi non dispongono dei servizi turistici necessari per l'accoglienza come hotel, ristoranti o agriturismi ma anche punti di informazione turistica con personale qualificato. Per quanto riguarda l'offerta turistica, in alcuni luoghi vi è mancanza di luoghi visitabili o, se esistenti, non mantenuti in modo adeguato, questo ostacola la conoscenza del luogo da parte del turista. Spesso vi sono problemi nella segnaletica dei sentieri, per i sentieri più conosciuti e più frequentati non ci sono problemi, ma per quelli più nascosti nelle valli laterali vi è spesso mancanza di manutenzione e di segnaletica con il rischio che un turista non esperto del luogo si perda. La segnaletica in questione potrebbe anche essere utile per segnalare i vari rifugi e bivacchi nelle vicinanze, come anche le attrazioni più importanti che si possono trovare sul sentiero. Molto importante sarebbe potenziare il servizio riguardante le guide naturalistiche e ed escursionistiche anche nelle zone meno frequentate per coloro che vengono in Valsesia per la prima volta, in modo da rendere interessante l'escursione e conoscere luoghi grazie all'accompagnamento di personale qualificato del posto.

Un approccio turistico di tipo lento potrebbe quindi far rinascere questa valle, da molti sconosciuta, e promuoverla in un modo nuovo e moderno all'insegna della sostenibilità e alla salvaguardia del territorio con tutte le sue particolarità.

## CONCLUSIONE

Dopo aver esposto in questo elaborato l'evoluzione della nuova forma turistica slow, si può comprendere che il mondo del turismo sta cambiando, le mutazioni avvengono in particolare sul piano della sostenibilità e della volontà di proteggere i territori dal turismo di massa. Quello che ci si augura è che la filosofia slow venga trasmessa alla maggior parte degli individui, per evitare che la pratica del turismo di massa vada a rovinare e deteriorare ancor di più i luoghi protetti, le città e la cultura locale. Il bisogno per l'individuo di staccare la spina e cercare genuinità, natura e accoglienza per la propria vacanza è in crescita. Pensiamo anche all'anno in cui stiamo vivendo con l'emergenza Covid-19, molte persone hanno deciso di intraprendere vacanze al di fuori del caos e della massificazione, cercando di soggiornare in luoghi lontani dai grandi centri urbani, come gli agriturismi, la ricerca di tranquillità e di prodotti del posto trovando conforto nelle relazioni con gli abitanti del luogo.

La montagna è uno dei luoghi più adatti per prendersi una pausa dalla frenesia, ritrovando se stessi attraverso il contatto diretto con la natura stando da soli o con la propria famiglia. Molti territori di montagna, non solo in Italia, hanno però bisogno di uno sviluppo in chiave moderna, per fare in modo che si torni a vivere la vera montagna come si faceva anni fa, rendere la montagna abitabile per tutti non è semplice, ma si può iniziare a renderla accessibile ai turisti per farla conoscere e apprezzare.

Dopo la consultazione di testi per la stesura di questo elaborato ho compreso che bisognerebbe iniziare a puntare sull'accoglienza, sulle infrastrutture e investire sulle piccole aziende, in particolare quelle agricole che aiutano in prima linea lo sviluppo montano coltivando e pascolando i terreni che diventerebbero abbandonati, imboschiti e difficilmente recuperabili. Questo è fondamentale per l'estetica dei territori, il paesaggio ordinato rappresenta la prima caratteristica che arriva all'occhio di un visitatore.

La Valsesia, come visto in precedenza, grazie alla sua conformazione e alle sue potenzialità culturali artistiche e paesaggistiche, ha tutte le carte in regola per rendere il turismo slow protagonista delle attività turistiche. Il territorio valesiano non è solo meravigliose piste da sci, ma è anche tradizione antichissima, cultura, enogastronomia variegata, filiera corta montana e non solo. Su quest'ultime caratteristiche deve imparare a puntare il territorio, potenziando i collegamenti da e per la Valsesia, le infrastrutture, coinvolgere le associazioni ad investire per il futuro di questa valle soprattutto attraverso contributi ai giovani valesiani e puntare ad una collaborazione tra

le amministrazioni locali per far rinascere questo territorio un po' sconosciuto e isolato ma ricchissimo, pieno di risorse e con un alto potenziale turistico.

## BIBLIOGRAFIA

- AA. VV., Faccioli Marina, *Quali filiere per un progetto metropolitano? Slow tourism, spazi, comuni, città*, Milano, Angeli, 2015
- Andrews Cecile, *Slow is Beautiful: New Visions of Community, Leisure and Joie de Vivre*, Canada, New Society Publishers, 2006
- Azzalin R., Ravelli L., *Valsesia*, Macchione Editore
- Basile M., *Dolomiti Walking Hotels: Turismo sostenibile nel sito UNESCO*, 2015
- Bassetti C., *Turismo a passo d'uomo per imparare, proteggere, vivere*, 2004.
- CAI Varallo, *Alta Valsesia. Itinerari escursionistici, turismo, cultura*, Geo4Map, 2018
- Calzati Viviana, De Salvo Paola, *Le strategie per una valorizzazione sostenibile del territorio: il valore della lentezza, della qualità e dell'identità per il turismo del futuro*, Milano, Angeli, 2012
- Calzati Viviana, *Nuove pratiche turistiche e slow tourism. Il caso della Valnerina in Umbria*, Milano, Anegli, 2016
- Ceci Rami Lucilla, *Turismo e sostenibilità. Risorse locali e promozione turistica come valore*, Roma, Armando Editore, 2005
- Fullagar Simone, Markwell Kevin, Wilson Erica, *Slow Tourism: experiences and mobilities*, Bristol, Channel View, 2012
- Gorgitano MT., Masci F., *Valorizzazione dei prodotti tipici e turismo rurale: considerazioni sulle filiere corte*, 2005
- Haemoon Oh, A. George Assaf, Seyhmus Baloglu, *Motivations and Goals for Slow Tourism*, 2014
- Kurschner I., Haas D., *GTA Grande Traversata delle Alpi*, Rother, 2013
- Macchiavelli A., *Il turismo montano fra continuità e cambiamento*, Angeli, Milano 2006
- Manialardi P., *Agriturismo e ospitalità rurale: come creare valore dal territorio*, 2015
- Mazzarino S., *Agricoltura biologica: un'opportunità per la montagna*, Progetto "Adotta una Valle Bio", Dipartimento di Economia e Statistic a "Cognetti de Martiis" Università degli Studi di Torino, progetto presentato alla Convenzione delle Alpi e finanziato nell'ambito del Fondo Italiano presso il PSAC per l'attuazione della Convenzione delle Alpi in Italia, luglio 2019
- Nocifora Enzo, De Salvo Paola, Calzati Viviana, *Territori lenti e turismo di qualità: Prospettive innovative per lo sviluppo di un turismo sostenibile*, Milano, Angeli, 2011
- Polyxeni Moira, *The Application of Slow Movement to Slow Tourism: is Slow Tourism a New Paradigm?*, in *Journal of Tourism and Leisure Studies*, Volume 2, Ed. 2, USA, University of Illinois Research Park, 2017
- Sanjay K. Nepal , *Mountain Ecotourism and Sustainable Development*, Mountain Research and Development, 2002

Tempesta T., Thiene M, *Turismo e sviluppo sostenibile nella montagna alpina*, Aestimum, 2000

Woehler K., *The rediscovery of slowness or leisure time as one's own and as self-aggrandizement?*, 2004

Zago Moreno, *Lo Slow Tourism per il rilancio del turismo transfrontaliero*, in *Relazioni Transfrontaliere e Turismo. Sinergie e strategie di cooperazione e sviluppo turistico nell'Alto Adriatico*, IUIES JOURNAL, Gorizia, Grafica Goriziana, 2011

## SITOGRAFIA

[www.atlvalesiavercelli.it](http://www.atlvalesiavercelli.it)

[www.invalesia.it](http://www.invalesia.it)

[www.monterosavalesia.com](http://www.monterosavalesia.com)

[https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_asset.html\\_611361093.html](https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_611361093.html)

<https://sentieroitalia.cai.it/progetto-sentiero-italia/>

<http://www.eurac.edu/it/research/mountains/remsen/Pages/newsdetails.aspx?entryid=135206>

<https://www.cipra.org/it/chi-siamo>

<https://www.alpconv.org/it/home/>

<https://www.nature.com/articles/s41467-020-16818-0>

<https://www.piemontescape.com/it/percorsi-ciclabili/>

<https://www.fattoriedidattiche.net/cosa-sono-le-fattorie-didattiche/origine-e-diffusione/>

<https://www.cittaslow.it/>

<https://www.trentinotrasporti.it/tariffe/trasporto-biciclette>

<https://www.coldiretti.it/economia/cucina-km0-3-italiani-4-vacanza>