

UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA

UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E POLITICHE

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN ECONOMIA E POLITICHE DEL TERRITORIO E  
DELL'IMPRESA

ANNO ACCADEMICO 2020/2021

TESI DI LAUREA

*SKIALP GSB*: UN PROGETTO DI DESTINAZIONE TURISTICA PER LO SCIALPINISMO  
NELLA VALLE DEL GRAN SAN BERNARDO

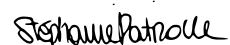
RELATORE

PROF. ELIO BORGONOVÌ



STUDENTESSA

STÉPHANIE PATROCLE





# INDICE

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>- 1 -</b>
---------------------	--------------

## CAPITOLO 1

### CONCETTO DI SCIALPINISMO E CENNI STORICI

<b>1.1 LO SCIALPINISMO: DI COSA SI TRATTA, IL MATERIALE E L'EQUIPAGGIAMENTO</b>	<b>- 4 -</b>
<b>1.2 L'ESORDIO DELLO SCIALPINISMO, I GRANDI VIAGGI, I PRINCIPI CHE LO ACCOMPAGNANO E I PERSONAGGI CHE LO RAPPRESENTANO</b>	<b>- 5 -</b>
<b>1.2.1 LO SCIALPINISMO FEMMINILE</b>	<b>- 8 -</b>
<b>1.3 LA FAMA DELLE ALPI OCCIDENTALI ITALIANE PER LO SCIALPINISMO</b>	<b>- 10 -</b>
<b>1.4 L'EVOLUZIONE DELLO SCIALPINISMO FINO AI GIORNI NOSTRI</b>	<b>- 11 -</b>
<b>1.5 LO SCIALPINISMO IN VALLE D'AOSTA: NUOVA FORMA DI TURISMO ALPINO INVERNALE</b>	<b>- 13 -</b>

## CAPITOLO 2

### VALLE DEL GRAN SAN BERNARDO E CANTON VALLESE: ZONE DI CONFINE CON CARATTERISTICHE COMUNI

<b>2.1 LA VALLE DEL GRAN SAN BERNARDO: CARATTERISTICHE GEOGRAFICHE E CULTURALI</b>	<b>- 15 -</b>
<b>2.2 IL CANTON VALLESE SVIZZERO: CARATTERISTICHE E SIMILARITÀ CON LA VALLE DEL GRAN SAN BERNARDO</b>	<b>- 17 -</b>
<b>2.3 VALLE DEL GRAN SAN BERNARDO: LA STORIA E LE ORIGINI DELLE RELAZIONI CON IL VALLESE</b>	<b>- 19 -</b>
<b>2.3.1 COLLE DEL GRAN SAN BERNARDO: PERIODI DI CRISI E LUOGO DI CONTRABBANDO</b>	<b>- 21 -</b>
<b>2.4 PERCHÉ IL TERRITORIO DEL GRAN SAN BERNARDO SI ADATTA ALLO SCIALPINISMO?</b>	<b>- 23 -</b>

## CAPITOLO 3

### IL PROGETTO SKIALP GSB

3.1	UN PIANO CHE NASCE NELL'OTTICA DEL PROGETTO INTERREG ITALIA-SVIZZERA	- 26 -
3.2	DESCRIZIONE DEI CONTENUTI E FINALITÀ	- 28 -
3.3	I CAPIFILA E I GRUPPI TARGET	- 30 -
3.4	IL PIANO DI LAVORO E LE ATTIVITÀ DI IMPLEMENTAZIONE	- 33 -

## CAPITOLO 4

### GLI ESITI DEL PROGETTO

4.1	AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI SVILUPPO E DEFINIZIONE DEGLI ITINERARI DI SCIALPINISMO E FUORIPISTA	- 38 -
4.2	CREAZIONE DEL SITO INTERNET, ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE, REALIZZAZIONE DEI SERVIZI	- 40 -
4.3	STUDIO GIURIDICO COMPARATO ITALIA – SVIZZERA SULLA PROMOZIONE DELLA PRATICA DELLO SCIALPINISMO TRA LA VALLE DEL GRAN SAN BERNARDO E LA LOCALITÀ SVIZZERA DI VERBIER	- 44 -
4.3.1	GIURISPRUDENZA ITALIANA NELL'AMBITO DELLO SCIALPINISMO	- 44 -
4.3.2	GIURISPRUDENZA SVIZZERA NELL'AMBITO DELLO SCIALPINISMO	- 47 -

## CAPITOLO 5

### CONSIDERAZIONI FINALI

5.1	LO SCIALPINISMO È UNO SPORT PRIMAVERILE	- 50 -
5.2	QUALE DIRITTO APPLICARE IN UN TERRITORIO TRANSFRONTALIERO?	- 51 -
5.3	SKIALP GSB: LO SCIALPINISMO COME "PRODOTTO" TURISTICO	- 52 -
5.3.1.	DALLA LOGICA DEL PRODOTTO, TIPICA DEI SETTORI MANIFATTURIERI, ALLA LOGICA DEL PRODOTTO NEL SETTORE TURISTICO	- 53 -

<b>5.3.2</b>	<b>COSTRUZIONE DI UN SISTEMA DI PRODOTTO TURISTICO SECONDO LA LOGICA DEL</b>	
	<b><i>COPRODUCTION</i></b>	<b>- 55 -</b>
<b>5.3.3</b>	<b>DALLA LOGICA DI <i>SERVICE MANAGEMENT</i> A QUELLA DI <i>DESTINATION MANAGEMENT</i></b>	<b>- 56 -</b>
<b>5.4</b>	<b>LE IMPLICAZIONI DELL'APPROCCIO <i>DESTINATION MANAGEMENT</i> IN TERMINI DI <i>GOVERNANCE</i></b>	<b>- 58 -</b>
<b>5.4.1</b>	<b>DALLA GESTIONE PUBBLICA DEL PROGETTO AD UNA GESTIONE PRIVATA</b>	<b>- 59 -</b>
<b>5.4.2</b>	<b>INVESTIRE IN UNA DESTINAZIONE TURISTICA IN UN PERIODO DI CRISI ECONOMICA</b>	<b>- 60 -</b>
<b>5.4.3</b>	<b>LO SCARSO SPIRITO IMPRENDITORIALE NEI TERRITORI ALPINI</b>	<b>- 61 -</b>
<b>5.5</b>	<b>ATTIVITÀ DI <i>DESTINATION BRANDING</i></b>	<b>- 63 -</b>
<b>5.6</b>	<b><i>TOUR OPERATOR</i> NAZIONALI ED INTERNAZIONALI E REVISIONE DEL T.U.E.L</b>	<b>- 65 -</b>
	<b>CONCLUSIONE</b>	<b>- 68 -</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>- 72 -</b>
	<b>SITOGRAFIA</b>	<b>- 73 -</b>

## INTRODUZIONE

Una delle questioni più frequentemente dibattute tra gli amministratori dei territori montani riguarda l'accordo sulle strategie di attuazione per lo sviluppo territoriale di queste zone. Considerando la loro evidente situazione di svantaggio che contraddistingue tali territori, il presente elaborato intende porre l'attenzione rispetto alle modalità in cui si è prefissato lo sviluppo economico limitatamente al territorio del Gran San Bernardo, una località del territorio valdostano al confine con il Canton Vallese svizzero. Tenendo presente che il Valico del Gran San Bernardo è da sempre conosciuto come punto di riferimento per gli spostamenti transfrontalieri tra Italia e Svizzera, e il Resto d'Europa, esaminando poi la propria ricchezza dal punto di vista storico e culturale, ed analizzando infine le peculiarità del territorio che si presta molto bene alle escursioni sia invernali che estive, esso costituisce ancora oggi una meta turistica per sportivi ma non solo. In tale contesto, l'elaborato esamina come, su questo territorio, recentemente sono collimati numerosi interessi, da parte di *stakeholder* locali, mirati allo sviluppo territoriale di una tale zona alpina attraverso la pratica dello scialpinismo, uno sport sempre più diffuso recentemente. Valorizzare e incentivare lo scialpinismo costituisce sicuramente un proposito positivo sotto diversi punti di vista: vale la pena considerare l'aspetto peculiare di una tale attività, ovvero il fatto che non necessita di strutture e impianti di risalita, neppure dell'utilizzo di macchinari che preparino le piste, dal momento che esso si svolge su terreni non battuti, cioè fuoripista. Si può affermare quindi che lo scialpinismo è un'attività sostenibile dal punto di vista ambientale, e ciò costituisce a tutti gli effetti un motivo in più che spinge allo sviluppo di una destinazione turistica montana attraverso questo sport. In particolare, la tesi pone l'attenzione su come gli interessi comuni per lo sviluppo dell'area del Gran San Bernardo, derivanti dal recente ed evidente incremento del numero di praticanti lo scialpinismo in questa zona, si sono concretizzati con l'avvio, nel 2018, per conto di amministrazioni pubbliche, del Progetto *SkiAlp GSB*, ossia di un progetto che mira alla definizione di una destinazione turistica per lo scialpinismo nella Valle del Gran San Bernardo.

Nello specifico, l'elaborato è articolato in cinque capitoli, il primo dei quali spiega in cosa consiste la disciplina dello scialpinismo, quando nasce, come si evolve e quali sono i principi che accompagnano i grandi scialpinisti dell'epoca. Considerando che lo scialpinismo è uno sport invernale nato a fine Ottocento, i grandi scialpinisti dell'epoca, con semplici materiali

e abbigliamento che essi possedevano, seppero percorrere eroici itinerari e coraggiose imprese che ancora oggi allettano chi pratica con passione lo scialpinismo. In quegli anni, si diffusero diverse concezioni riguardo la pratica dello scialpinismo: chi più avverso alla diffusione di massa, in virtù di una concezione elitaria e tradizionale dello scialpinismo visto come una mera “cultura”, chi d’altro canto più incline alla sua più ampia diffusione, nell’ottica di avvicinare quanta più gente possibile alla pratica dello scialpinismo. Dal suo esordio fino ai giorni nostri, inevitabilmente, lo scialpinismo si è diffuso sempre di più, fin tanto che, attualmente, sulle cime innevate, vi sono migliaia di persone dedite alla pratica di questo sport.

Nel secondo capitolo sono descritte le caratteristiche geografiche e la storia del Gran San Bernardo e del territorio Vallese, sottolineando fin dai tempi più antichi la loro affinità durante le diverse epoche storiche e le somiglianze dal punto di vista territoriale, culturale ed economico tra i due territori. Il capitolo si conclude delineando le caratteristiche principali per cui la Valle del Gran San Bernardo si adatta allo scialpinismo, ovvero descrivendo i principali punti di attrazione per lo scialpinismo nella zona.

Il terzo capitolo si apre con una breve descrizione del contesto in cui nasce il Progetto: dal momento che il Gran San Bernardo è per sua natura una zona transfrontaliera, esso ha origine e si sviluppa nell’ambito del Progetto Interreg Italia-Svizzera 2014-2020 ed è finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale poiché esso rientra nell’ottica dell’obiettivo di cooperazione territoriale transfrontaliera dell’Unione Europea. Il capitolo terzo poi elenca i contenuti, le finalità e le attività di implementazione del Progetto SkiAlp GSB, la cui sigla è composta dal termine “*SkiAlp*”, derivante dal termine francese *skialpinisme*, che significa “scialpinismo”, e dall’acronimo “*GSB*”, che indica Gran San Bernardo. Gli obiettivi di SkiAlp GSB, in virtù della sua essenza di progetto di cooperazione transfrontaliera, trovano fondamento nella partecipazione e nella condivisione di strategie e di azioni pratiche tra le due amministrazioni confinanti: da una parte, l’amministrazione comunale di Saint Rhémy en Bosses, capofila italiano, dall’altra, l’amministrazione del Distretto di Entremont, capofila svizzero. Le due capofila sono supportate da una serie di altri *stakeholder*, italiani e svizzeri, ai quali sono stati demandati parte dei lavori di implementazione del progetto, tra cui l’attività di marketing e la creazione di contenuti da diffondere sui social, nonché lo sviluppo di itinerari di scialpinismo e la creazione di carte, siti web e app al fine di diffondere i percorsi da compiere con gli sci. *SkiAlp GSB* si propone come progetto per lo sviluppo territoriale di due territori alpini, facilmente ricongiungibili,

ponendosi due obiettivi tra di essi complementari e convergenti. Innanzitutto, *SkiAlp GSB*, mira, tramite la valorizzazione del patrimonio naturale, all'incremento della pratica dello scialpinismo con l'obiettivo di trasformare questa disciplina in un prodotto turistico locale. Ovvero, esso si prefigge di definire la zona del Gran San Bernardo come una destinazione turistica specializzata nell'accogliere questo specifico settore di turisti dediti alla pratica dello scialpinismo. Questo è un primo obiettivo che a sua volta è determinante nel raggiungere una finalità ulteriore, e di notevole importanza, che gli ideatori di *SkiAlp GSB* si sono accordati di raggiungere: *SkiAlp GSB* nasce infatti per far riunire e coinvolgere attivamente gli attori economici locali nella costruzione di una destinazione turistica con lo scopo di far cogliere un risvolto pratico ed economico a loro favore. Lo scopo del Progetto è quindi quello di utilizzare lo scialpinismo come strumento per far rifiorire l'economia di una zona montana, limitandone i fattori di svantaggio economico propri delle zone montane.

Il quarto capitolo affronta i risultati del Progetto che, dal suo avvio, nel 2018, ad oggi, sono stati realizzati. Considerando che *SkiAlp GSB* si concluderà nel 2022, i risultati raggiunti ad oggi costituiscono solo un primo punto di partenza per il successo del Progetto. Si tratta di attività preparatorie alla realizzazione completa del Progetto, atte alla diffusione e alla sensibilizzazione delle iniziative prefissate. Si tratta ad esempio della creazione di itinerari di scialpinismo su supporti cartacei e digitali, di attività di marketing e creazione di contenuti da diffondere sui social network, nonché di organizzazione di eventi e interventi di formazione e informazione nei confronti degli utenti.

Infine, il lavoro si chiude affrontando alcuni concetti correlati allo sviluppo di *SkiAlp GSB*: si parla dell'aspetto positivo dello scialpinismo praticato nel periodo primaverile e del suo riscontro positivo per l'economia locale in un periodo dell'anno in cui l'afflusso turistico è in discesa. Ci si pone la questione di quale diritto applicare in un contesto transfrontaliero, e di quale sarà il futuro di *SKiAlp GSB* dopo il 2022. E ancora, si definisce il concetto di destinazione turistica e di prodotto turistico, secondo le definizioni di alcuni studiosi che ben si adattano a ciò che intende proporre *SkiAlp GSB*.



# CAPITOLO 1

## Concetto di scialpinismo e cenni storici

### 1.1 Lo sci alpinismo: di cosa si tratta, il materiale e l'equipaggiamento

Lo sci alpinismo è una pratica sportiva invernale che prevede l'utilizzo degli sci per percorrere in salita un pendio innevato. Ciò è reso possibile grazie alla funzione di tenuta sulla neve delle cosiddette pelli di foca, attualmente realizzate con materiale sintetico, che vengono applicate sotto lo sci prima di iniziare la salita. Sebbene sci alpino e sci alpinismo prevedano entrambe l'utilizzo degli sci, queste due discipline si differenziano su tantissimi aspetti. A livello tecnico, l'ottica dello scialpinismo è quella di rendere il materiale tutto più leggero, così da permettere un minor carico di peso in salita: gli sci, quindi, sono molto più corti e leggeri rispetto a quelli dello sci alpino, così come gli scarponi hanno un volume minore. Il minor peso degli sci è dovuto anche al fatto che gli attacchi posizionati sugli sci sono notevolmente più fini rispetto ai normali sci da discesa: essi, inoltre, funzionano secondo un meccanismo che rende possibile il sollevamento del tallone dallo sci in modo da permettere il movimento del piede in salita. La logica che sta alla base di questo movimento è simile alla disciplina del *telemark*, in cui il tallone è mobile. La struttura dello scarpone, inoltre, è tale da rendere notevolmente più comoda e dinamica la calzatura, rispetto ai rigidi scarponi da discesa. Per sintetizzare, per quanto riguarda lo sci alpinismo, il materiale è tutto studiato per rendere confortevole la salita ma, allo stesso tempo, lo scopo è anche quello di garantire un massimo livello di sicurezza per la discesa. Su questo punto vi è da sottolineare il fatto che nello scialpinismo, la discesa viene compiuta, per la maggior parte delle volte, su terreni non battuti, che prevedono molte più criticità rispetto a ciò che avviene per lo sci alpino, che ai giorni nostri si pratica per lo più su piste battute e lisce. Anche per quanto riguarda l'abbigliamento vi sono differenze: se per praticare sci alpino si indossa la classica tuta felpata invernale, giaccone pesante e guanti felpati, per lo sci alpinismo è utile avere due tipi di abbigliamento: uno leggero e traspirante per la salita da integrare con uno più pesante e felpato per la discesa. Da non dimenticare infatti è l'equipaggiamento necessario, anzi indispensabile, da portare durante un'escursione, poiché si tratta di uno sport che pone di fronte a numerosi pericoli dovuti al cambiamento

delle condizioni del manto nevoso. Quest'ultimo infatti varia in base alle condizioni atmosferiche, alle zone e agli orari della giornata in cui si pratica la disciplina. *Artva*, pala e sonda, sono, infatti, tra il materiale obbligatorio da portare con sé durante ogni escursione. L'*Artva*, acronimo di "Apparecchio di Ricerca dei Travolti in Valanga", è un apparecchio elettronico che permette la ricerca di persone travolte da una valanga. Prima di un'escursione, lo scialpinista imposta lo strumento in modo tale che se dovesse essere travolto da una valanga, chiunque si approcci alla zona dove si ipotizza che egli sia sepolto, possa identificare la sua posizione e soccorrerlo. Poi, tramite gli altri due apparecchi, pala e sonda, i compagni di gruppo o altri soccorritori provvedono a recuperare il soccorso: con la sonda al fine di tastare il corpo e con la pala, una volta identificato, per togliere la neve in superficie. Ovviamente, essere ben equipaggiati, non è l'unico requisito sufficiente; tuttavia, al fine di evitare incidenti gravi, è bene anche saper utilizzare correttamente questi strumenti e soprattutto è necessario avere un'adeguata conoscenza dell'ambiente che ci circonda, dei pericoli a cui siamo sottoposti e delle tecniche per evitarli.

## **1.2 L'esordio dello scialpinismo, i grandi viaggi, i principi che lo accompagnano e i personaggi che lo rappresentano**

Lo scialpinismo nasce e si sviluppa in un'epoca ben lontana dalla nostra, in cui i nostri avi non erano di certo dotati di mezzi tecnologici come lo siamo noi oggi. Tuttavia, essi sono riusciti a sviluppare questa disciplina e a compiere imprese che, con la mentalità e gli occhi dell'uomo dei nostri tempi, sembra davvero impossibile che siano state compiute in quei tempi e con quei pochi e poveri strumenti e attrezzature di cui essi erano dotati.

In Europa, lo scialpinismo si diffonde verso fine Ottocento grazie a diversi sciatori. Uno tra coloro che ha determinato la nascita dello sci alpinismo è sicuramente Wilhelm Paulcke, uno sciatore di origini norvegesi vissuto tra il 1873 e il 1949 a Davos. Paulcke dimostrò che l'attrezzatura originale norvegese da *telemark* si potesse adattare perfettamente ai pendii delle Alpi e a dimostrazione di ciò egli compì diversi viaggi: tra questi, nel gennaio del 1897, si ricorda la traversata di quattro giorni dell'Oberland Bernese. Altre sue imprese compiute sono documentate nel suo elegante manuale *Der Skilauf* del 1899, ricco di disegni, in cui illustra e spiega le diverse tipologie di curve e la tecnica dei salti con gli sci. Questo testo

costituisce una vera e propria opera in cui Paulcke tratta vari argomenti del mondo dello sci: attrezzatura, valanghe e materiale. Wilhem P. in quegli anni diffonde la pratica dello sci agonistico e nel 1902 inventa la *Militärpatrouille*, una competizione ideata appositamente per le pattuglie militari. Paulcke fu anche molto criticato per la sua invenzione: molti si scontrarono con la sua tecnica e non condividevano il suo principio secondo cui il *telemark* si potesse adattare ai terreni alpini. Tra i contestatori della tecnica di Paulcke troviamo Mathias Zdarsky, intellettuale artista e ginnasta, il quale sosteneva che i talloni liberi della tecnica del *telemark* non permettevano rapidi cambi di direzione, sua prerogativa. Egli fu infatti il precursore della tecnica dello sci alpino, in particolare dello slalom: Zdarsky dava più importanza al piacere della discesa rispetto alla tecnica della salita e ben presto egli insegnò la sua pratica a tutti coloro che volevano approcciarsi, aumentando così il numero di seguaci. Così facendo, egli riuscì a fondare un apposito Ski Club che accolse ben presto un gran numero di appassionati. Iniziarono così a formarsi due scuole di pensiero attorno allo sci, le quali rispecchiavano un po' le tendenze politiche dei due individui: per Paulcke, borghese e convinto delle proprie idee elitarie, lo sci era "un'espressione artistica"<sup>1</sup> prima che uno sport, cioè, era un'attività di cui si dovevano rispettare le tradizioni, la storia e si doveva inoltre conferirvi un'importanza allo stile e alla passione della sciata stessa. Per Paulcke, sebbene egli accogliesse l'idea che lo sci alpinismo fosse una pratica che tutti potevano imparare, era comunque difficile concepire lo scialpinismo come una pratica popolare, poiché si doveva praticare secondo dei principi tradizionali, i quali non si potevano imparare in poco tempo, al contrario si doveva avere una cultura alle spalle che portasse ad apprezzare lo scialpinismo. Diversamente, Zdarsky, di origine populista, non condivideva gli stessi principi. Egli sosteneva che lo sci doveva essere sviluppato e tramandato il più possibile, al fine di diffondere questa che anche per lui era una tradizione, seppur concepita in modo differente rispetto a Paulcke. Un altro importante personaggio dell'alpinismo di inizio Novecento è Arnold Lunn. Egli, sebbene fu colui che riuscì a trasformare lo sci alpino in una disciplina olimpica (le prime nel 1936 a Garmish) e farlo diventare uno sport di massa dando origine allo slalom, è stato anche appassionato di alpinismo e portò a termine diverse imprese come la prima dell'*Eiger* svizzero e l'ambita cima del *Dom de Mischiabel* (4.405 m.s.l.m., la più alta cima integralmente svizzera). Con lui iniziarono le prime gare alpinistiche, in Svizzera, come la traversata da Montana a Villars,

---

<sup>1</sup> Giorgio Daidola, "*Sciatori di Montagna. Storie di chi ha fatto la storia dello scialpinismo*", Bergamo: Mulatero Editore, 2017.

quella da Chamonix a Zermatt e quella da Kandersteg a Meiringen. Lunn era uno sciatore completo: sapeva unire le due discipline che oggi sono molto distanti una dall'altra ma che per lui invece erano molto simili per certi versi. Lo svizzero Marcel Kurz invece, sebbene non sia stato il primo ad introdurre lo scialpinismo nelle Alpi, fu colui che sviluppò la pratica grazie ad alcune sue opere letterarie di inizio Novecento, tra cui *"Alpinisme hivernal"* pubblicato nel 1928. A lui è inoltre riconosciuto il merito per aver creato le prime guide alpinistiche, grazie alla precisa documentazione che lui stesso ha realizzato in merito a itinerari da lui compiuti. Le sue imprese divennero così grandi classici che ancora oggi costituiscono una sfida per gli alpinisti, come ad esempio la Haute Route Bourg Saint Pierre – Zermatt, il Circuito del Bernina e i quattromila attorno alla Capanna Britannia. Nelle sue opere non troviamo solo descrizioni tecniche di itinerari e consigli pratici sullo scialpinismo ma anche, e soprattutto, come anche per altri grandi scialpinisti del tempo, nelle sue opere traspare la passione che muove la pratica di questo sport. È curioso, infatti, come all'epoca ci fosse un sentimento di ammirazione per lo scialpinismo, vissuto come mera passione e amore per la montagna e per l'ambiente che ci circonda, come entusiasmo puro e mezzo per scoprire la natura e l'indescrivibile sensazione che assale l'alpinista dopo aver raggiunto la meta ed essersi goduto l'atmosfera circostante. Non si parla mai di fatica o disavventure, queste vengono sempre in secondo piano, poiché gli scrittori alpinisti dell'epoca vivevano lo sci come un'esperienza gioiosa e serena. Kurz era figlio d'arte, suo padre era autore di carte e guide del Monte Bianco ed è così che si appassiona anch'egli della montagna ed eredita dal padre la capacità di realizzare precise guide alpinistiche.

Alla luce di queste vicende occorre fare un ragionamento sul fatto che in passato si desse molta più importanza al concetto di "cultura" dello scialpinismo, intesa come insieme di tecniche, conoscenze, consigli, esperienze e strategie tramandate dai grandi alpinisti, a differenza di quanto accade oggi. Nell'epoca in cui viviamo, in cui tutto è accessibile a tutti, anche la pratica di sport più pericolosi è accessibile a molte persone che probabilmente non hanno nemmeno una preparazione e una conoscenza adeguata per poter affrontare anche i minimi pericoli a cui possono trovarsi di fronte.

### 1.2.1 Lo scialpinismo femminile

Se ai giorni nostri il binomio “scialpinismo e donne” non suscita più alcuna stranezza, lo stesso non si può affermare nell’epoca in cui questo sport esordisce. Già a fine Ottocento, infatti, le donne praticanti erano pochissime e appartenenti per di più alla cerchia dei famigliari di questi grandi alpinisti. Di Paulke e Zdarsky non si trovano facilmente testimonianze che raccontano di donne alpiniste, come per altro accade per lo scialpinista Kurz. Diversamente, di Preuss si legge che molte delle sue imprese furono compiute insieme a delle alpiniste donne. Una di queste è Emmy Eisenberg, compagna di montagna ideale per Preuss in quanto era anche una grande amica; un’altra donna di cui egli parla è la sorella, Mina, che però prediligeva le salite di tipo sportivo, dando più importanza al tempo piuttosto che alla tecnica. Un altro alpinista che accenna qualcosa di più rispetto al binomio sopra citato è Arnold Lunn, il quale sposa Mabel Northcote. Quando i due si conobbero lei non era un’alpinista ma Lunn cercò di avvicinarla ben presto alla montagna in modo da condividere con lei la sua stessa passione. Il suo obiettivo fu raggiunto in tempi così brevi che Mabel nel 1923 fondò il Ladies Ski Club, un passo importantissimo all’epoca, che ebbe come fine quello di allargare quanto più possibile la pratica e la conoscenza di questo sport anche all’ambiente femminile, che all’ora era ancora largamente emarginato. Infatti, per le poche donne che a quell’epoca partecipavano alle gare, era prevista una classifica unica, insieme agli uomini: è evidente lo svantaggio che hanno le donne in termini di potenzialità fisiche e quindi una tale classifica non poteva essere “giusta”. Nonostante ciò, però, ci furono gareggianti donne che seppero ben difendersi in classifica, come Doreen Elliot e Audrey Sale Barker. Come si legge sul sito web del Ladies Ski Club, Arnold fu spesso anche criticato per questa iniziativa che ha esordito con la moglie Mabel, in quanto lui stesso aveva fondato anni prima lo Sci Club Alpino, il quale riuniva i più grandi atleti scialpinisti dell’epoca, e per questo motivo fu giudicato per il fatto di non voler accogliere nel suo club le atlete donne. Nonostante queste critiche, che lui contestò, egli fu presto imitato tanto che sorsero in breve tempo anche altri Club di scialpinismo femminile. Arnold era orgoglioso delle donne sciatrici dell’epoca tanto che in alcuni suoi scritti elogia la donna che muovendosi sugli sci sa essere “graziosa e attraente”<sup>2</sup>. Sempre sul sito del Ladies Ski Club si legge delle prime migliori donne scialpiniste del Novecento, che segnarono

---

<sup>2</sup> Ladies Ski Club: <https://www.ladiesskiclub.org/history>

importanti risultati nelle prime gare agonistiche dell'epoca, tra cui Esmé Meckinnon, Lady Denman e la stessa Mabel, premiata per essere stata la migliore in un test di sci cronometrato. Un'altra donna da ricordare negli esordi dello scialpinismo è Dame Katherine Furse, artista, scrittrice e modella, l'atleta gestì anche una sorta di rifugio-base vita durante la Prima Guerra Mondiale e fornì il suo prezioso contributo all'organizzazione del Club. Curioso da riportare è sicuramente l'obiettivo proposto da questo Club, il quale però non fu esclusivamente quello di allargare la pratica dello scialpinismo, ma anche quello di creare buoni e sinceri legami di amicizia nella quale condividere una passione comune. Negli stessi anni anche Toni Gobbi seppe difendere e coinvolgere le donne nella pratica dello scialpinismo. A proposito di ciò, infatti, alle sue settimane bianche, partecipavano un gran numero di appassionate che rappresentavano il 18% dei partecipanti<sup>3</sup>. Michel Parmentier è un altro scialpinista che effettuò diverse imprese con donne fortissime e coraggiose, ma ne parla raramente nelle sue documentazioni, diversamente da quanto accade invece per Philippe Traynard. Questo grande scialpinista, infatti, fu uno dei pochi a condividere totalmente le sue gite con la moglie Claude, con la quale peraltro pubblicò diverse guide di itinerari sulle Alpi Occidentali che contribuirono a diffondere la cultura dello scialpinismo in quella zona in un periodo, gli anni Sessanta, in cui lo sci di massa prese il sopravvento. Vale la pena citare questi due scialpinisti proprio perché è lodevole e ammirevole aver vissuto tutte le avventure sempre in coppia, sia nella vita quotidiana che nelle imprese "bianche" di cui condividevano l'entusiasmo. A questo proposito G. Daidola riporta nel suo libro (ib.) una citazione di Philippe che lui stesso riferisce allo scrittore durante un viaggio: "Claude ed io con gli sci ai piedi siamo indissolubili, siamo due pezzi vicini dello stesso puzzle". La coppia non condivideva esclusivamente la passione per questo sport, ma anche la vita professionale: oltre ad essere docente di chimica all'Università di Grenoble, Philippe gestiva insieme alla moglie un alpeggio. I due, anche se molto impegnati con il lavoro, riuscivano sempre a liberarsi per compiere una gita il fine settimana. È su questo loro modo di pensare che si inizia a pensare allo scialpinismo in modo diverso, più vicino allo spirito con cui si affronta attualmente: avvicinandoci infatti ai giorni nostri, in cui il lavoro occupa gran parte del nostro tempo e lo stress quotidiano è notevole, il tempo libero acquista maggior valore per tutti noi. Per chi

---

<sup>3</sup> Giorgio Daidola, *Sciatori di Montagna. Storie di chi ha fatto la storia dello scialpinismo*, Bergamo: Mulatiero Editore, 2017.

è appassionato di scialpinismo e di montagna, essi diventano sempre più strumenti che ci permettono di “fuggire dalle ansie quotidiane, di riappropriarci dell’essenziale”<sup>4</sup>.

### **1.3 La fama delle Alpi Occidentali italiane per lo scialpinismo**

Da un lato il fascino del confine, dall’altro il fatto che si tratta di una catena montuosa di un’altitudine notevole, in cui risiedono le vette più alte d’Europa: è per questi motivi che già a quell’epoca, a partire da Paulcke, le Alpi Graie e le Alpi Pennine suscitavano grande interesse da parte dei pionieri alpinisti. La prima spedizione documentata nelle Alpi Pennine, da parte di Paulcke, risale al 1897 in cui il famoso alpinista insieme ad un amico, raggiungono Zermatt, che all’ora era già un’importante stazione turistica, ma sono in estate. La loro partenza fu ritardata di un paio di giorni per colpa del brutto tempo, ma poi riuscirono a partire verso Capanna Bétemps (ora Capanna del Monte Rosa), sopra Zermatt. Da lì i due sarebbero partiti per raggiungere la punta del Monte Rosa ma lungo il tragitto finale l’amico fu assalito dal mal di montagna e furono costretti a tornare indietro. Un altro importante pioniere dell’alpinismo è Piero Ghiglione, il quale descrive la sua vita con tre parole: “una piccola piccola: sci. Che si unisce a un’altra immensa: montagna. La terza appare candida e silenziosa: neve.” Il legame di Ghiglione con lo scialpinismo è per lui, come per Paulcke, piuttosto artistico e spirituale: per lui, infatti, chi lo pratica deve dare importanza alle sensazioni che si provano durante la pratica e all’esperienza positiva che suscita questo sport. Ghiglione sostiene infatti che la sola tecnica, senza lo stile, non avrebbe alcun senso: bisogna creare armonia tra passione, arte e sensazioni con la tecnica dello sci per far nascere quella “manifestazione artistica” di cui spesso egli parla nei suoi scritti. Grazie a questa sua preziosa visione dello scialpinismo, egli è riuscito a compiere moltissime spedizioni in diversi continenti, ma anche tante importanti imprese di alto livello, anche in solitaria, nelle Alpi Occidentali. A Pasqua del 1926 concluse la traversata da *Cabanne Chanrion*, con il passaggio dei colli del *Petit Mont Collon*, de *l’Evêque*, del *Mont Brulé* e della *Tête de Valpelline*, concludendola con l’arrivo a *Cabanne Schönbiel*. Lo stesso anno partì da *Capanna Britannia* per raggiungere *Adlerpass*, salire allo *Stockhorn*,

---

<sup>4</sup> ivi

traversare il ghiacciaio *Gorner*, salire al *Teodulo* e infine scendere a Breuil. Anche l'ingegnere topografo Marcel Kurz compì imprese nelle Alpi Occidentali: nel 1907 salì, per la prima volta con gli sci, il *Grand Combin*, accompagnato da altri due alpinisti. Durante gli anni della Prima Guerra Mondiale il confine che segnano le Alpi Occidentali tra Italia, Francia e Svizzera, assunse ulteriore importanza e le imprese compiute in questo periodo erano mosse per l'amore per la patria, tipico del periodo fascista. Se prima di questo periodo, i predecessori avviarono i *raid* che collegavano più vette tra loro, da questo periodo fu lanciata la sfida di concatenare quei *raid* in un'unica traversata delle Alpi. Questi *raid* erano visti come una missione per segnare la frontiera anche ad alte quote, cioè come una sfida per difendere i propri territori utilizzando gli sci. In questo periodo un alpinista famoso è stato sicuramente Ottorino Mezzalama, impegnato attivamente nelle spedizioni dell'esercito in Libia e autore della tentata traversata delle Alpi, incompiuta poiché travolto da una valanga. Altre sue imprese degne di rispetto ancora ai giorni nostri è la salita della parete Nord della Tersiva, nel vallone di Cogne e la traversata delle Alpi Graie, dalla Valle Stura a Liverogne nel gennaio 1931, la quale, a detta dell'alpinista, fu stata la sua più bella traversata dovuta al meteo e alle condizioni di innevamento piuttosto a suo favore. Nel 1929 fu organizzata anche la "Grande staffetta sciistica degli alpini" che traversava le Alpi Marittime e Giulie. Infine, in onore dell'alpinista che ha saputo diffondere la sua passione e le sue competenze sullo scialpinismo, nel 1933 fu intitolato il "*Trofeo Mezzalama*", un evento di particolare rilievo ancora oggi in quanto si tratta della gara più alta delle Alpi, la quale attraversa il Castore (m 4226) e il Passo del Naso del Lyskamm (m 4150).

#### **1.4 L'evoluzione dello scialpinismo fino ai giorni nostri**

Piero Ghiglione fu uno dei tanti che espresse il suo realismo sul futuro dello sci: egli spiega infatti che la pratica di questo sport si allargherà fino ad un punto che diventerà l'emblema delle nostre Alpi. In effetti la sua visione non si discosta da quanto veramente si è realizzato da più decenni a questa parte. Se di Ghiglione non abbiamo testimonianze relative alla sua posizione rispetto alla modernità, diversamente leggiamo di Lunn. Nel libro di G. Daidola (ibidem), l'ex medico Arnold Lunn fu colui che iniziò ad inquadrare storicamente la pratica dello scialpinismo. Egli individuò quattro periodi storici: l'età dei pionieri che va dal 1890 al



1896, l'età d'oro dal 1897 al 1917, l'età d'argento dal 1918 al 1927 e infine l'età moderna dal 1928 al 1970. Lunn fu colui che diede la svolta allo scialpinismo e a quello alpino, spingendoli entrambi verso la diffusione di massa e la competizione. In effetti, a partire dal primo dopoguerra, iniziarono a crearsi i primi impianti di risalita e le prime piste, che seppure diversamente da come siamo abituati a vedere oggi, erano battute e preparate ad accogliere atleti per svolgere competizioni. Sebbene fu egli stesso promotore dell'agonismo, non condivideva questo spirito agonistico, il quale spingeva gli atleti ad allenarsi anche fuori stagione, spostandosi in zone di alta quota per mantenere l'allenamento e presentarsi pronti per gareggiare alla stagione successiva. Se già all'ora Lunn contestava questa filosofia, non è neanche da immaginare cosa penserebbe se vedesse ora come sono organizzati i nostri impianti di risalita, i quali sono peraltro adibiti alla salita degli scialpinisti, i quali possono così allenarsi su terreni battuti e in totale comodità. In un suo scritto si legge: "Le ferrovie di montagna e le funicolari non sono esenti dalla legge che il progresso meccanico è sempre bilanciato da un regresso spirituale" Arnold Lunn, *"Come What May: An Autobiography"*. Questa frase, pronunciata nel 1941, è emblematica della situazione in cui l'uomo ancora, e soprattutto ai giorni nostri, sta vivendo. La sua citazione non è valida solo a riguardo dello sport, ma in generale, sul progresso dell'uomo, il quale è troppo concentrato a rendere tutto "sempre un po' più facile", perdendo di vista lo scopo ultimo della vita umana, ovvero osservare con soddisfazione gli sforzi compiuti con determinazione e fatica.

Arnold Lunn è solamente uno dei grandi alpinisti che hanno segnato la storia ad aver criticato l'evoluzione di questo sport: gli altri, di cui si leggono alcune testimonianze, sono Preuss, Zwing e Castiglioni. Il primo, Paul Preuss, scialpinista, alpinista e soprattutto arrampicatore leader in quell'epoca, egli era anche un ottimo scrittore e questa sua abilità la concretizzò raccontando delle sue imprese montane. Da sottolineare nella vita di Paul è sicuramente il fatto che, come conseguenza ad una paralisi causata da un virus, fu costretto ad utilizzare la sedia a rotelle per muoversi, ma, nonostante ciò, fu in grado e trovò la forza di ritornare in piedi e addirittura compiere tutte quelle avventure che lui stesso ha vissuto. In primis, all'età di ventidue anni, compì in solitaria la salita dello Schneiderkogel, nei pressi di Altaussee, alla quale ne seguirono ben presto altre come la traversata del gruppo del Silvretta, tra Austria e Svizzera, questa volta con un suo amico. Tornando alla presa di posizione degli alpinisti riguardo all'evoluzione dello sci, anche Preuss diffidò la concezione che stava prendendo piede all'epoca, anticipando i problemi che esistono al giorno d'oggi.

Preuss parla dell'avvento dello sci di massa come contrasto alla natura selvaggia dei pendii innevati. Anche Zwing critica allo stesso modo lo sci di massa, descrivendo una situazione in cui fu stato partecipe involutamente, quindi, di ritorno da una gita scialpinistica di più giorni, scendendo a valle si trovò in mezzo ad una miriade di persone che tifavano atleti di sci alpino durante una competizione per la quale sono state posizionate bandierine utilizzate per segnare il percorso obbligato da compiere su una pista battuta. Stupefatto di quanto stesse accadendo, esprime tutto il suo disgusto per tanto baccano creato in mezzo alla natura.

Un altro celebre alpinista che espresse il suo parere sull'avvento della modernità nel modo dello sci fu Castiglioni. Egli, se da un lato fu all'avanguardia nell'utilizzare materiali tecnici, come le sue Vibram, dall'altro fu un uomo fedele allo scialpinismo tradizionale. In una sua testimonianza, egli critica le funivie e le piste battute, le "torri dell'ingegner Bottino, ovvero le strutture che ancora oggi vengono utilizzate per l'innevamento artificiale, e lo "sciame di gentaglia", ovvero l'insieme di addetti che lavoravano sulle piste.

## **1.5 Lo scialpinismo in Valle d'Aosta: nuova forma di turismo alpino invernale**

Tra gli alpinisti che fecero spedizioni in Valle d'Aosta, pochi tra loro hanno vissuto la Valle d'Aosta. Uno però è sicuramente Toni Gobbi il quale, seppur nato a Pavia, si trasferì ad Aosta per praticare un tirocinio come avvocato presso lo studio Ollietti durante il servizio militare a metà del Novecento. Si innamorò di una ragazza con cui si sposò, ebbe famiglia e rimasero a vivere a Courmayeur, dove egli diventerà guida alpina, maestro di sci e istruttore di alpinismo e dove aprirà una sua bottega che ben presto divenne famosa non solo a livello locale. Nella sua bottega Toni cominciò a realizzare dei materiali identificati con la marca "Guida", materiali che vennero studiati appositamente per i suoi clienti. Egli, infatti, in qualità di guida, si impegnò per far sì che quel titolo potesse acquisire maggior rilievo tale da rendere l'attività di guida alpina come una professione capace di generare un reddito stagionale. A tale scopo, egli attirò più clienti, spingendoli ad interessarsi della montagna. Toni fu l'artefice delle cosiddette "settimane di Toni Gobbi", ovvero delle giornate consecutive organizzate dallo stesso nelle quali i clienti, di un certo livello,

venivano accompagnati in grandi traversate sia classiche che innovative. Si può dire che così facendo, Toni Gobbi fu il precursore dello scialpinismo come nuova forma di turismo montano, il quale riuscì a tramandare ai suoi clienti sia competenze tecniche e di sicurezza, sia la passione e l'entusiasmo che lui stesso mostrò per questo sport. Per dare un'idea più precisa dell'importanza dell'ideazione di Toni, in un'intervista riportata da G. Daidola ne *"Sciatori di Montagna. Storie di chi ha fatto la storia dello scialpinismo"* (Bergamo, Mulatero Editore, 2017) al figlio di Gobbi, Gioachino, egli ha saputo dare alcuni numeri più precisi rispetto a queste spedizioni ideate dal padre: tra il 1951 e 1970 realizzò 106 settimane di scialpinismo con 570 partecipanti, tra cui sette settimane tra queste trascorse nelle zone del *Monte Bianco*, tre nel *Grand Combin* e *Mont Vélan* e due nel *Monte Rosa*. I clienti di Toni erano tali per cui dovevano sapere praticare lo scialpinismo in tutta la sua accezione, ovvero saper sciare ma anche scalare, usare ramponi e piccozza per raggiungere le vette più alte dei 3000 metri. È evidente che tale definizione si allontana parecchio dalla nostra concezione moderna di scialpinista. Inoltre, Gobbi, sostenitore convinto della figura che si immaginava rispetto allo "scialpinista completo", fu anche l'ideatore di una Scuola Nazionale di Sci-Alpinismo d'alta montagna attraverso la quale poté trasmettere gli indiscussi valori e le preziose tecniche indispensabili alla pratica dello scialpinismo. Da sottolineare è l'importanza che Toni Gobbi diede all'avvicinamento dei giovani all'insegnamento dello scialpinismo. Ad essi, non a caso, erano riservati prezzi e attenzioni appositi, in quanto per Gobbi era prerogativa indiscutibile riuscire a trasmettere il proprio spirito scialpinistico alle nuove generazioni.

## CAPITOLO 2

### Valle del Gran San Bernardo e Canton Vallese: zone di confine con caratteristiche comuni

#### 2.1 La Valle del Gran San Bernardo: caratteristiche geografiche e culturali

La Valle del Gran San Bernardo si trova ai piedi delle Alpi Pennine e si posiziona al confine con la Svizzera, precisamente con il Canton Vallese svizzero. All'estremità settentrionale la Valle presenta un Colle, il quale è riconosciuto da sempre come luogo di transito dalla penisola italiana alla Svizzera e al resto dell'Europa da parte di semplici viandanti e pastori ma anche di commercianti, condottieri, imperatori e re. La Valle ha origine all'altezza di Aosta, dove si discosta dalla *Dora Baltea*, che scorre al centro della Regione. Da qui ha origine la Strada Statale n.27, la quale conduce fino al Colle, attraversando diversi comuni della Valle del Gran San Bernardo. Il primo paese che si incontra salendo da Aosta verso il Colle, nonché il più ampio e popolato della Valle, è quello di *Gignod*, che conta circa 1.728 abitanti residenti. *Gignod* sorge ai piedi della *Pointe de Chaligne* e si estende su un territorio la cui altitudine varia dai 785 m.s.l.m. della frazione di *Variney*, ai 1.424 m.s.l.m. di *Clemencey*. *Gignod*, essendo il luogo di incontro, dal punto di vista geografico, di tutti i paesi della Comunità Montana del *Grand Combin*, la quale comprende anche i paesi della *Valpelline* e della *Valle di Ollomont*, è divenuta sede di numeri uffici amministrativi della Comunità Montana, come pure sede di diverse istituzioni scolastiche e consultori USL, nonché sede di diversi reperti storici, monumenti e edifici antichi che costituiscono traccia di coloro che hanno creato la storia di questi luoghi. Proseguendo sulla Strada Statale 27, si incontra un bivio: svoltando verso destra si percorre la Strada Regionale che conduce al Comune di *Allein*, piccolo paesino che sorge sul versante del *Mont Saron*, a circa 1.200 metri di altitudine. Allein, sebbene si trovi sul lato opposto da cui si sviluppa la Valle, appartiene comunque ad essa, con i suoi 250 abitanti. Allo stesso bivio, proseguendo invece diritti sulla Strada Statale, dopo aver percorso un tratto della Valle particolarmente stretto e chiuso, diversi tornanti danno il benvenuto al Comune di *Etroubles*. *Etroubles* sorge ad un'altitudine di 1.280 m.s.l.m. e conta circa 500 abitanti. Inoltre, il paese è conosciuto

anch'esso per la presenza di edifici e monumenti storici, ma soprattutto per il suo famoso borgo storico che sorge al centro del paese, attualmente decorato con numerose e maestose opere d'arte contemporanea sparse nel borgo. Diversi eventi di carattere storico e culturale sono organizzati nel borgo al fine di mantenere viva e tramandare le tradizioni. Un breve tratto rettilineo di strada distanzia *Etroubles* dal Comune di *Saint-Oyen*, un piccolo paese di 200 abitanti dove, fino ad un ventennio fa, era presente un piccolo impianto ski-lift realizzato nel vallone di *Flassin*, famoso per l'omonimo Colle, raggiungibile sia in estate che in inverno. Ad oggi invece, la notorietà del Comune è dovuta alla presenza di piste da sci nordico, sede di diverse competizioni e allenamenti di squadre agonistiche valdostane e non valdostane. Ovviamente, nel vallone di *Flassin* è entusiasmante la pratica dello scialpinismo, ambita soprattutto dopo modeste e fini nevicate invernali. Infine, salendo di quota, a circa 1.500 m.s.l.m., si raggiunge l'ultimo Comune della Valle del Gran San Bernardo, situato ai piedi dell'omonimo Colle: *Saint-Rhémy en Bosses*. Il Paese conta circa 300 abitanti e, sulle fila dei Comuni sopra citati, anch'esso presenta un borgo storico e un castello, oltre che musei e monumenti e tradizioni che mantengono vivi il ricordo degli eventi storici che hanno segnato questi luoghi. *Saint-Rhémy en Bosses* è importante anche e soprattutto per le escursioni naturalistiche, grazie ai suoi numerosi itinerari che conducono in diversi valichi, dove ci si può collegare ad altre valli valdostane, ma anche oltreconfine, sul versante svizzero. È probabilmente quest'ultima caratteristica a renderla molto frequentata da sportivi; in questa zona le gite escursionistiche sono praticabili sia in estate, sia in inverno ma anche e soprattutto in primavera, dato che le abbondanti nevicate permettono di risalire i pendii con gli sci anche in questa stagione. L'evento che probabilmente esalta notevolmente, ancora oggi, l'importanza del Colle del Gran San Bernardo, fu il passaggio di Napoleone e delle sue truppe, avvenuto nel maggio del 1800. All'epoca esso segnò economicamente gli abitanti di questa zona in quanto dovettero sostenere ingenti spese per nutrire i numerosi passanti che in quei giorni transitarono. Napoleone, arrivando dal Vallese, attraversò il valico a cavallo con il suo esercito di quarantamila uomini, accompagnato dai canonici *Murith e Terrettaz*, e proseguì verso Aosta dirigendosi a Marengo per la storica battaglia.

## 2.2 Il Canton Vallese svizzero: caratteristiche e similarità con la Valle del Gran San Bernardo

Il Canton Vallese si trova al di là del confine svizzero con la Valle del Gran San Bernardo. Esso fa parte del Distretto di *Entremont* e comprende sei comuni, ossia *Sembrancher*, *Vollges*, *Orsières*, *Liddes*, *Bourg-Saint-Pierre* e *Bagnes*. La capitale è Sion, distante circa 80 chilometri da *Saint-Rhémy en Bosses*, e si trova a circa 500 metri di altitudine, con circa trentacinquemila abitanti. Il Canton Vallese si sviluppa tra le Alpi Bernesi e le Alpi Pennine, le quali costituiscono il confine naturale con l'Italia e la Francia. Dal punto di vista territoriale, il Vallese, essendo geograficamente vicino alle valli italiane, è molto simile nel clima e per le caratteristiche montuose: come nella Valle del Gran San Bernardo, anche nel Vallese esistono pendii preziosi per lo sci alpino, ma anche per lo scialpinismo. Zone famose per gli sport invernali sono Crans-Montana, Les Quatres Vallées, Zermatt, Verbier, Saas-Fee e Saastal, tutte sede di importanti competizioni di tipo agonistico. Anche l'escursionismo è una delle attività più praticate nella zona del Vallese: vi sono circa ottomila chilometri di sentieri tracciati, che percorrono itinerari storici o conducono su cime attraverso boschi, parchi naturali o vigneti. In effetti, il Vallese è conosciuto anche per la produzione del vino: a Visperterminen, ad esempio, sorgono i vigneti più alti d'Europa, a 1.100 metri di altitudine, dai quali si ricava il vino bianco dai vitigni Savagnin. Un'altra zona importante per la produzione del vino è anche Saillon, borgo situato tra Martigny e Sion, in cui sorge il vigneto più piccolo del mondo<sup>5</sup>: solo 1,6 metri quadrati in cui sono presenti poche viti.

Come si legge sulle documentazioni storiche del Canton Vallese, esse confermano la presenza di collegamenti tra comunità della penisola italiana e quelle del Vallese. Dalla fine del VI millennio, infatti, grazie al trasferimento di alcune comunità della Valle del Gran San Bernardo nel lato opposto delle Alpi, anche il Vallese iniziò ad occuparsi di agricoltura, pastorizia e lavorazione della ceramica. L'origine del nome dato alla provincia, storicamente chiamata *Vallis Poenina*, deriva dal nome del passo e del dio indigeno che veniva venerato in quella zona, ovvero *Poeninus*, dio protettore del Colle del Gran San Bernardo. Nonostante il Vallese sorga vicino all'Italia, all'epoca il confine naturale costituito dalle Alpi, permetteva di rimanere fuori dai conflitti dell'Impero Romano: ciò permise quindi di godere periodi di prosperità economica. In più, le vie di comunicazione erano rese

---

<sup>5</sup> Canton Vallese: <https://www.valais.ch/it/luoghi/martigny-regione/saillon/panoramica>

sicure e controllate per i viandanti e ciò ebbe come conseguenza l'aumento di traffici commerciali d'oltralpe. Lungo il tragitto che conduceva al Valico del Gran San Bernardo, furono costruiti numerosi rifugi, come quello del Plan de Barasson, e stazioni di cambio e dogane, nelle quali i commercianti dovevano riscuotere una percentuale (Quadragesima Galliarum) sulle merci importate dalle Alpi. Sui percorsi degli antichi viandanti sorsero quindi diverse costruzioni di cui si possono notare i resti ancora ai giorni nostri, come i resti archeologici a Sion, le arene romane a *Martigny*, il *Castello di Stockalper* a Briga e i castelli *Tourbillon* e *Valère* a Sion. La popolazione locale vallese era in stretto contatto con i viandanti, i commercianti e le guide che arrivavano dall'Italia e ciò contribuì a unire e diffondere culture appartenenti a due comunità differenti.

Ricollegandoci ai giorni nostri, è importante sottolineare il fatto che nel territorio vallesano è stato introdotto il "*Marque Valais*", un marchio che ha una duplice finalità: la prima, sicuramente più intuibile, è quella di promuovere e pubblicizzare il Vallese come territorio in sé. La seconda finalità è quella che dà motivo di curiosità rispetto al patrimonio naturale e sociale del Vallese: il "*Marque Valais*" costituisce una sorta di certificazione utile a garantire i prodotti del territorio vallesano. Come citato prima, il Vallese, come anche la Valle d'Aosta, è un territorio che si basa ancora notevolmente sull'agricoltura e sull'allevamento, e per questo motivo si è pensato di creare questo marchio, o certificazione, al fine di aiutare il consumatore a riconoscere i prodotti di qualità superiore, prodotti localmente dai lavoratori vallesani. In realtà il marchio non si limita a certificare prodotti provenienti esclusivamente dalla filiera agricola e l'allevamento, ma certifica anche quella dell'industria, dell'artigianato e quella dei cosmetici. Ciò fa intendere come il Vallese sia ricco dal punto di vista della produzione interna e come ciò contribuisca a creare un valore aggiunto per la regione, rafforzando l'economia interna e il commercio di prossimità. "*Marque Valais*" è una certificazione che garantisce qualità dei prodotti e dei servizi, umanità, ovvero ospitalità e generosità delle persone che lavorano, movimento, nel senso di dinamicità e imprenditorialità, e infine benessere, che rimanda al concetto della qualità della vita, del piacere e dello sviluppo sostenibile

## 2.3 Valle del Gran San Bernardo: la storia e le origini delle relazioni con il Vallese

Alcuni studi su reperti storici stabilirono che già in età preistorica i collegamenti tra le due zone erano frequenti: il periodo storico a cui si fa riferimento corrisponde all'età del ferro, ovvero tra il V-IV secolo a.C. Nell'epoca in cui viviamo oggi è impensabile ammettere che ci fossero collegamenti risalenti a quel periodo in quanto sicuramente non esistevano abbigliamento tecnici come quelli odierni, e sopravvivere a quella quota, circa a 2.500 metri, con la quantità di neve che cade in inverno in quella zona (fino due metri di neve), e al vento forte che soffia costantemente sarebbe stato davvero insostenibile resistere a quei tempi; tuttavia, alcuni studi geologici confermano l'ipotesi dei collegamenti tra le due comunità a ragione del fatto che all'epoca il clima era più mite rispetto ad oggi e a quella quota vi erano circa 4 gradi in più della media attuale. Ciò si traduce con il fatto che, oltre alla minor quantità di neve, si deve considerare anche che essa si scioglieva molto prima rispetto a quanto accade nella nostra epoca: oggi, infatti, la Strada Statale 27 fino al valico del Gran San Bernardo viene aperta ogni anno con una cerimonia di apertura solamente nel mese di giugno, e viene chiusa nuovamente al traffico per il periodo invernale da metà ottobre.

Nell'epoca sopracitata vengono inoltre ritrovati resti di realizzazioni archeologiche, come le stele antropomorfe, e resti di insediamenti: in effetti, in quei secoli l'uomo iniziò a creare dimore stabili e iniziò a dedicarsi alla lavorazione del terreno e alla produzione di manufatti. Gli stessi reperti vengono trovati nella valle adiacente, precisamente a Sion, e ciò supporta e motiva l'ipotesi che già in quel periodo le comunità del Gran San Bernardo e quelle del Vallese fossero in corrispondenza.

L'età del ferro rappresenta solo il principio dell'evoluzione degli scambi tra Gran San Bernardo e Vallese. Nel Medioevo il Colle del Gran San Bernardo assunse un ruolo di notevole importanza come via di comunicazione e commercio d'oltralpe in quanto godette del privilegio ad essere ancora il più diffuso tra i numerosi passaggi, che con il tempo sono stati scoperti nei pressi del confine elvetico. Gli altri passaggi che costituivano un'alternativa al Colle del Gran San Bernardo, frequentati maggiormente durante i periodi di crisi, furono il *Colle del Menouve* e quello di *Barasson*, sempre nelle vicinanze del Colle. Durante il periodo di espansione della civiltà romana, infatti, furono numerosi i viaggiatori che percorsero a piedi, o con l'aiuto di animali, tutta la Valle: da Aosta, fondata nel 25 a.C.,



passando per *Gignod*, poi salendo verso *La Clusaz* (all'epoca, *Clausurae augustanae*), nel Comune di *Etroubles*, *Saint-Oyen* e infine *Saint-Rhémy en Bosses* (all'epoca, *Eudracinum*), prima di raggiungere il valico. È per questo motivo che lungo il percorso, ancora oggi si trovano tracce del loro passaggio: si nota soprattutto la presenza di ospizi, o *mansiones*, ovvero edifici costruiti dagli abitanti del posto al fine di accogliere i viandanti offrendo loro assistenza e ospitalità. Giacché gli uomini in quell'epoca si muovevano con l'aiuto di cavalli, muli o asini, studi recenti dimostrano che gli antichi costruivano le cosiddette *mutationes*, ovvero stazioni destinate al cambio di cavalli e altri animali. Reperti di questi edifici sono stati ritrovati nei pressi del Colle e di *Saint-Rhémy*.

Durante i secoli il Colle del Gran San Bernardo visse momenti altalenanti tra numerosi flussi di viaggiatori e momenti in cui essi diminuivano anche a causa di ripercussioni sui viandanti, come successe con durante il periodo in cui i *Saraceni* depredavano e catturavano i viandanti passanti in quelle zone. Proprio in questo periodo, con l'obiettivo di limitare le minacce e gli assalti ai viandanti, San Bernardo, arcidiacono di Aosta, nell'XI secolo, fece costruire un ospizio e una chiesa che, inizialmente, dedicò a San Nicola, la quale poi sarà dedicata anche a lui stesso. Nell'ospizio costruito da San Bernardo, presso il Colle all'epoca denominato "*Montjoux*", visse una comunità di canonici agostiniani, i quali si impegnarono a prendersi cura di tutti coloro che passavano sul percorso, salvandoli dalle basse temperature e dal clima rigido invernale, offrendo loro ricovero e cibo. L'ospizio di cui si parla è lo stesso che ancora oggi svolge la stessa funzione di all'ora, ancora presieduto da una comunità di sacerdoti. È evidente come il loro supporto fosse, anche all'epoca, di vitale importanza, considerando l'ambiente circostante rude con un clima rigido durante tutto l'anno. Pertanto, ben presto i canonici furono premiati per questa loro dote di accoglienza ed assistenza, e ricevettero così donazioni di benefici (terreni, case e boschi) in diverse località nei pressi della Valle del Gran San Bernardo. In realtà non si trattava unicamente di donazioni di benefici fisici, ma ad essi fu riconosciuto anche il diritto di esigere imposte. Successivamente, con l'arrivo dei conti di Savoia, la padronanza di tutti i passaggi alpini, tra cui anche quello del Gran San Bernardo, fu posta nelle loro mani. I Savoia, comprendendo sin da subito l'importanza di quel tratto della Valle dal punto di vista del commercio e delle comunicazioni, istituirono veri e propri pedaggi, dove ogni mercante era costretto a fermarsi per liquidare una quantità di denaro, che veniva percepita da una persona a cui i Savoia concedevano l'appalto. È in questo periodo di crescita e sviluppo del commercio d'oltralpe che l'abitato di *Saint-Rhémy*, dove venne istituita una zona di pedaggio, iniziò ad

acquisire sempre più importanza: divenne cioè il punto di riferimento essenziale, data la sosta obbligatoria di mercanti, prima della salita al valico. I viandanti lì potevano sostare in ospizi riparati e potevano profittare delle offerte di cibo e bevande, e altre merci, a pagamento, da parte degli abitanti del borgo. I “*portieri delle Alpi*” tuttavia, intorno al 1380, riconobbero il diritto agli abitanti dei borghi di *Etroubles* e *Saint-Rhémy* di accompagnare i viaggiatori, i mercanti e le loro merci, da Aosta fino al Colle; questo diritto era direttamente ricambiato dagli abitanti con la promessa di tenere pulita e percorribile la strada. Questa è la ragione per cui questa via prediletta dai viaggiatori fu chiamata all’epoca *viérie du Montjoux*, e i *marroniers* erano coloro deputati all’accompagnamento dei viandanti, i quali si lasciavano trasportare dalle bestie da soma di proprietà degli accompagnatori. Si trattava soprattutto di sale, vino, grano e animali. I *marroniers* meno fortunati, sprovvisti di bestie, si facevano carico direttamente delle merci, che trasportavano sulla propria schiena.

Anche con il passare dei secoli, agli abitanti del borgo di *Saint-Rhémy* furono riconosciuti privilegi particolari, che non venivano riconosciuti facilmente ad altre comunità: è il caso dell’esenzione dal servizio militare dei borhigiani. L’esenzione citata fu riconosciuta alla luce del fatto che gli abitanti del borgo di *Saint-Rhémy* e quelli del borgo di Bosses, in relazione alla loro “missione” di soccorritori dei viandanti e alle loro competenze in materia, costituivano un vero e proprio esercito che, in ragione delle sue ridotte dimensioni, era comandato dal sindaco di *Saint-Rhémy*, il quale teneva un *livre de service*, un documento sul quale venivano rendicontate tutte le attività dei soldati: servizi prestati, salvataggi, turnazioni di lavoro e congedi.

### **2.3.1 Colle del Gran San Bernardo: periodi di crisi e luogo di contrabbando**

I valichi alpini rappresentano fin dai tempi più antichi una via di comunicazione e un veicolo di scambio di merci, punti di incontro e di diffusione di culture diverse, di idee e di principi tra viaggiatori appartenenti a comunità differenti, seppur confinanti. Tuttavia, attraverso questi scambi è inevitabile anche la trasmissione e la diffusione di aspetti che si rivelarono avversi rispetto alla rilevanza che assunse nei secoli il valico del Gran San Bernardo. Si fa riferimento, a proposito di ciò, al periodo calvinista del XV-XVII secolo. Il periodo calvinista è considerato ostile per questa zona in quanto portò numerose persone alla conversione

alla fede protestante e ciò ebbe come conseguenza le sommosse di coloro che invece non si fecero influenzare. La tensione nella società arrivò ad un tal punto che fu ordinata la chiusura del Colle, la quale si tradusse con l'inizio di un lento declino in seguito alla chiusura economica e culturale della Valle. In concomitanza con la situazione di declino sociale ed economico che gli abitanti stavano vivendo, anche il clima contribuì ad incrinare la rilevanza del Valico: inverni sempre più rigidi, neviccate sempre più fitte, ghiacciai che avanzarono, sono alcuni dei fattori che insieme concorsero ad inaugurare la cosiddetta "piccola età glaciale", che rese il percorso del Colle sempre più impraticabile. L'epoca in questione è conosciuta in tutta Europa anche per un altro fattore di rovina sociale: la peste, che in Valle d'Aosta nel XVII colpì i due terzi della popolazione. L'epidemia costrinse i soldati di *Saint-Rhémy* ad istituire un posto di blocco adibito al controllo sulla salute dei passeggeri, i quali venivano obbligati alla sosta se, anche solo sospetti, contagiati, e anche su tutte le merci da essi trasportati.

Ciononostante, è da sottolinearsi l'altro aspetto del Colle del Gran San Bernardo: il contrabbando. A questo proposito, se già intorno al 1700 l'attività di contrabbando fu esercitata dai viandanti e consisteva nello scambio di beni alimentari e tabacco, nel secolo scorso queste merci divennero sempre più numerose e svariate: dal petrolio al caffè, dal riso alle calze di seta, suole di *Vibram* e pellicce. I contrabbandieri erano coloro che non riuscendo a sopravvivere con i mezzi e con le uniche e svantaggiose attività che si praticavano all'epoca, soprattutto in inverno, si dedicavano a traffici illeciti lungo i valichi, sfuggendo ai posti di blocco e ai controlli dei militari. Sono state inoltre attività che si praticavano in tempi non molto lontano dai giorni nostri: molte sono ancora le storie di contrabbando che vengono raccontate da signori anziani alle nuove generazioni. Essi raccontano le avventure e le disavventure che vissero in quegli anni, e come riuscirono a scampare alle pattuglie, coprendosi, ad esempio, con lenzuoli bianchi per mimetizzarsi dalla neve, o come attuavano strategie per sopravvivere ai viaggi di più giorni al buio e alle insidie dell'inverno.

## 2.4 Perché il territorio del Gran San Bernardo si adatta allo scialpinismo?

Da un lato la particolarità della sua conformazione geografica, dall'altro le sue curiose storie di comunità vissute nei pressi di una frontiera, senza dimenticare poi il suo fascino invernale con le sue abbondanti nevicate, quella del Gran San Bernardo è una delle valli valdostane più conosciute per la pratica dello sci alpinismo. La Valle, infatti, si presta particolarmente bene a questa disciplina poiché, nonostante il principio di questa Valle risulti essere piuttosto stretto nella zona in corrispondenza della prima frazione che si incontra salendo nel Comune di *Etroubles*, aumentando di quota i versanti della valle si allargano dando origine ad una vallata con pendii regolari e sufficientemente ripidi, da una parte esposta al sole, dall'altra relativamente più riparata, nella quale lo scialpinismo riesce a prolungarsi fino a primavera inoltrata. La pratica dello sci alpinismo è comune a tutti e tre i principali comuni della Valle del Gran San Bernardo, sebbene nel Comune di *Etroubles* gli itinerari si limitano ad essere quelli che conducono nel vallone di *Menouve*, il quale conduce al *Mont Vélan*; tuttavia, già salendo verso *Saint-Oyen* aumenta la possibilità di scelta tra diverse destinazioni. In particolare, nella zona di *Flassin* nel Comune di *Saint Oyen*, partendo da un unico vallone, si possono raggiungere più mete, come il *Colle d'Ars*, il *Colle di Vertosan*, il *Colle di Flassin* e *Tête Cordella*, le quali conducono tutte ad altri valloni laterali: rispettivamente, il primo colle citato porta al vallone da cui si può raggiungere il *Mont Fallère*, dal secondo si raggiunge l'omonima valle e infine da *Tête Cordella* si può raggiungere il *Colle di Citrin* e *Punta Valletta*. È su questo percorso che fino a poco tempo fa si disputava il *Trofeo Fiou*, una gara di scialpinismo a coppie che ha reso importante la zona di *Flassin*. Il Trofeo è stato istituito in memoria dei Fratelli Maurizio e Claudio Fiou, due scialpinisti di rilievo che morirono entrambi a distanza di sei anni, in due tragedie in alta quota, uno sulla *Cresta del Leone* e l'altro sul *Lyskamm*. Essi avevano iniziato il loro percorso da giovani alpinisti proprio a *Saint-Oyen*, dove si recavano in vacanza con i genitori: questo è il motivo per cui la famiglia ha voluto ricordare questi due atleti, proprio in questo Paese, delegando l'organizzazione della gara ad alcuni volontari del paese. Tuttavia, negli anni, questa competizione è stata sospesa per vari motivi fino al 2020, anno in cui è stata rinnovata la manifestazione, la quale mantiene a grosso modo il medesimo percorso del vecchio Trofeo.

Salendo di quota, verso *Saint-Rhémy en Bosses*, troviamo il luogo più frequentato e conosciuto per la pratica dello scialpinismo. I versanti di questa zona si adattano a tutti, dai

neofiti agli atleti che percorrono questi itinerari in preparazione alle competizioni. Inoltre, su uno dei due versanti della Valle, quello di *Crévacol*, più esposto al sole, sorge anche un piccolo comprensorio per lo sci alpino, dotato di due impianti di risalita a due e tre posti, che si sviluppa su una decina di piste battute di difficoltà medio-bassa per un totale di 22 chilometri di piste. Per questa sua posizione soleggiata, lo slogan che si associa a questo comprensorio è "*Crévacol, dove il sole scia con te*". In effetti, per questo suo aspetto favorevole, soprattutto a dicembre e gennaio quando le temperature sono molto rigide, il comprensorio non è frequentato solo da discesisti: bensì, le piste vengono percorse ogni giorno da numerosissimi scialpinisti, sia principianti, che possono usufruire delle piste battute per la discesa, sia atleti, i quali possono allenarsi anche in tarda mattinata o al pomeriggio, quando fuoripista sarebbe inopportuno e rischioso. Se il comprensorio di *Crévacol* gode di un'ottima posizione soleggiata, d'altro canto non si può affermare che esso sorga su un territorio riparato dal freddo e dalle forti correnti di vento che arrivano dal vicino Colle del Gran San Bernardo. Per questo motivo, infatti, per agevolare comunque gli scialpinisti anche in condizioni di vento e freddo, sulle fila dei contenuti del Progetto *SkiAlp GSB*, da circa due anni, in corrispondenza con l'arrivo della seggiovia, a quota 2500 metri circa, è stato costruito un piccolo chalet di legno nel quale gli scialpinisti possano entrare al riparo per cambiarsi e prepararsi per la discesa. Oltre alle piste da discesa, nel Comune di *Saint-Rhémy en Bosses* vi sono altre numerosissime e variegata gite che si possono compiere in base al proprio livello e alle competenze tecniche proprie. Sul versante opposto a *Crévacol*, emerge il famoso *Col Serena*, il cui itinerario è adatto anche ai neofiti, poiché non comporta salite troppo difficoltose. Nel vallone del *Col Serena* ci si può dirottare verso una miriade di altre mete, ad una quota leggermente più alta del colle, il quale rimane a circa 2500 metri. Sicuramente questi altri itinerari comportano un impegno maggiore in termini di fatica ma anche di conoscenze tecniche e di sicurezza relative allo scialpinismo, in quanto i pendii sono più marcati e di conseguenza aumenta anche il pericolo di valanghe. Spostandoci poi verso il Colle del Gran San Bernardo, anche in questa zona vi è una vasta gamma di scelta: dagli itinerari più adatti a tutti, come quello che conduce semplicemente al Colle oppure quello che porta al *Mont Fourchon*, a quelli più tecnici e impegnativi, come quello che dirige al *Pain de Sucre* o all'*Aiguille de la Sassa*. La Valle del Gran San Bernardo rappresenta una zona di attrazione non solo per lo scialpinismo, ma anche per i prodotti tipici locali, come il famoso "*Jambon de Bosses*", prodotto localmente nel borgo di *Saint-Rhémy*, che viene venduto da commercianti locali

o presentato nei piatti dai ristoratori. Si può dunque affermare che lo scialpinismo non costituisce l'unica fonte di attrazione della zona, tuttavia, si può affermare che unendo sport e gastronomia si può ottenere un connubio perfetto per promuovere l'economia di un territorio alpino che, seppur piccolo, ha tanto da offrire grazie al suo ricco e particolare patrimonio storico, culturale e gastronomico. A tutto ciò si deve aggiungere che la Valle del Gran San Bernardo è una località di confine, nella quale durante il corso dell'ultimo secolo, è stato costruito il Tunnel di collegamento con la Svizzera, per ovviare al periodo limitato di apertura della strada che conduce al Colle. Grazie a questo evento, il Comune è divenuto sede di innumerevoli transiti da parte di vettori di merci e di turisti di cui la maggior parte si soffermano proprio per degustare prodotti locali o si recano per fare gite escursionistiche e di scialpinismo. Non è raro infatti, in queste zone, incontrare persone e intraprendere discorsi in lingua francese. È proprio per queste sue caratteristiche tipiche che nel triennio passato è stato ideato il Progetto *SkiAlp GSB*, un progetto in parte finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, che nasce come spinta alla valorizzazione e alla promozione del patrimonio naturale, a partire dalla diffusione degli itinerari di scialpinismo nella Valle del Gran San Bernardo, con lo scopo di spronare all'innovazione di strategie imprenditoriali da parte degli attori commerciali che operano nel turismo di queste zone al fine di ottenere riscontri economici a loro più favorevoli.

## **CAPITOLO 3**

### **Il Progetto SkiAlp GSB**

#### **3.1 Un piano che nasce nell'ottica del Progetto Interreg Italia-Svizzera**

Il Progetto *SkiAlp GSB* nasce come proposta nell'ambito del progetto operativo di cooperazione transfrontaliera "Interreg V-A Italia-Svizzera 2014-2020", proposto dall'Unione Europea sulle linee della Strategia Europa 2020 e della Nuova Politica Regionale svizzera, nell'ottica dell'obiettivo di cooperazione territoriale europea tra paesi confinanti. Il progetto "Interreg Italia-Svizzera" è cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, il quale, per il periodo 2014-2020, ha contribuito nella misura pari a € 100.221.466, rispetto ai complessivi € 158.435.912 del Programma. I contributi al Progetto vengono erogati anche in parte dagli stati dell'Unione Europea, per un totale di € 18.059.590, e i restanti € 39.325.717 vengono erogati dalla Svizzera. Rientrano in questo programma operativo tutte le regioni italiane confinanti con la Svizzera, tra cui anche la Valle d'Aosta, e i cantoni svizzeri confinanti con esse, cioè Vallese, Ticino e Grigioni, per un totale di 61 000 chilometri quadrati di superficie che costituiscono una delle fondamentali frontiere esterne dell'Unione Europea. La strategia di cooperazione transfrontaliera è nata con l'obiettivo di migliorare le sinergie tra due zone confinanti, le quali detengono un ruolo fondamentale per la cooperazione transnazionale del Mediterraneo, dell'Europa Centrale e dello spazio alpino, sotto diversi punti di vista: innovazione, accessibilità, valorizzazione del patrimonio culturale e naturale, condivisione di servizi, accrescere la competitività e favorire l'occupazione e lo sviluppo di queste zone. In effetti, da sempre, le zone frontaliere nell'arco alpino costituiscono, da una parte, una risorsa fondamentale per tutto il resto della nazione in quanto diventano sede di passaggio di traffici commerciali o di persone; tuttavia, dall'altra parte, rimangono svantaggiati proprio per questa loro caratteristica di essere zone di passaggio, e non propriamente zone di destinazione. Inoltre, essendo comunità di confine, per la loro posizione geografica, questi comuni rimangono svantaggiati anche per la loro marginalizzazione dalle zone urbane, dove invece è evidente la maggiore facilità di accesso ai servizi, alla sanità, all'istruzione, maggiore facilità di trovare un'occupazione e maggiore probabilità di riuscire nell'obiettivo di intraprendere

attività imprenditoriali innovative. In campo agricolo poi, nonostante i territori possano essere rigogliosi per certi prodotti, la quota di altitudine in cui i piccoli comuni alpini si estendono non è favorevole allo stesso modo per tutti i prodotti agricoli: ciò costituisce un ulteriore limite allo sviluppo economico di questi paesi. Infine, ma non in modo esauriente, i territori alpini sono inevitabilmente sottoposti ad un rischio maggiore per ciò che concerne i rischi naturali e paesaggistici: sia in inverno, sia in estate, valanghe e frane possono in qualsiasi momento distruggere colture o peggio ancora, abitati. Gli obiettivi strategici del Programma Italia-Svizzera sono elencati proprio nell'ottica di: promuovere e trovare similarità tra le zone di confine dal punto di vista economico, basandosi sull'innovazione e sull'importanza del patrimonio naturale e culturale, che possono diventare delle risorse turistiche a tutti gli effetti, puntando alla cooperazione tra piccole e medie imprese e al miglioramento dei servizi e delle reti; unire il concetto di sviluppo del territorio con la sostenibilità dell'ambiente, attraverso l'innovazione per una migliore gestione dei rischi naturali, la salvaguardia e la valorizzazione delle risorse ambientali; generare economie di scala, sviluppare la qualità della vita, integrando servizi di istruzione e aumentando l'accesso al mercato del lavoro; rafforzare e consolidare il know-how degli attori locali al fine di reagire meglio alle sfide quotidiane. In base a questi obiettivi, sono state elencate anche le priorità del Progetto Interreg Italia-Svizzera che si articolano su cinque assi principali ai quali, per ognuno, viene ripartita una somma di denaro sia dalla parte italiana, sia da quella svizzera. Il primo asse, "competitività delle imprese", si pone come obiettivo quello di integrare ed evolvere il sistema economico dell'area, rafforzando così la competitività delle PMI locali e spingendole verso l'internazionalizzazione. Il secondo asse, "valorizzazione del patrimonio naturale e culturale" ha l'obiettivo di favorire la conservazione, la protezione e lo sviluppo del patrimonio naturale e culturale delle zone rurali di confine, come ad esempio la protezione delle risorse idriche e l'aumento dell'attrattività del territorio. Il terzo asse, "mobilità integrata e sostenibile", mira all'efficientamento della mobilità nelle zone transfrontaliere, con l'obiettivo di creare reti di trasporti che limitino i danni all'ambiente. Il quarto asse, "rafforzamento della *governance* transfrontaliera", vuole far sì che le amministrazioni si adoperino al fine di attuare la cooperazione giuridica e amministrativa e quella tra cittadini e istituzioni, migliorando i processi di partecipazione degli *stakeholders* e della società civile. Infine, esiste un ulteriore asse, quello dell'"assistenza tecnica", il quale fornisce supporto nella gestione, nello sviluppo e nel controllo dell'attuazione del Progetto. Il Progetto Interreg



Italia-Svizzera fornisce opportunità a enti locali e privati di proporre progetti di natura transfrontaliera che abbiano attinenza con uno degli assi sopra indicati. I progetti devono per forza essere rappresentati da un capofila italiano e uno svizzero e devono rientrare in un periodo di espletamento di al massimo 36 mesi. Nell'anno 2017 è stato eseguito un rendiconto finanziario al fine di quantificare l'ammontare economico dei progetti presentati, in totale 455, i quali corrispondevano ad un valore pari all'80% della dotazione complessiva del programma, di cui 86 milioni di euro circa per parte italiana e circa 17 milioni di franchi per la parte svizzera. La zona che ha presentato più progetti è il Ticino, con 35 progetti nell'ambito del primo asse, 36 rientranti nell'asse due, 11 nell'asse tre, 13 nell'asse quattro e infine 14 nell'ultimo asse. Per quanto riguarda la Valle d'Aosta, la regione si posiziona al secondo posto per progetti finanziati nell'ambito dell'asse due: tuttavia, il numero di progetti rientranti nel campo del primo asse rimane comunque in linea con il numero degli altri paesi. Tra i progetti dell'asse uno, presentati dalla Valle d'Aosta, rientrano *"Eat Biodiversity"*, che valorizza le carni valdostane e svizzere, *"Typicalp"*, che si prefigge l'obiettivo di promuovere e sviluppare il settore lattiero-caseario italiano e svizzero, e infine *SkiAlp GSB*, progetto di valorizzazione dello scialpinismo nella Valle del Gran San Bernardo e Canton Vallese. Sebbene nell'ambito degli altri assi via siano stati finanziati progetti in collaborazione con le altre zone di competenza svizzera, come Grigioni e Ticino, dell'asse uno, hanno come caratteristica comune l'ambito territoriale: in effetti, tutti e tre i progetti sono stati ideati e messi in pratica con la collaborazione con il Canton Vallese. Ciò si traduce con l'unicità che contraddistingue il rapporto di affinità tra i due territori che condividono storia, tradizioni, caratteristiche territoriali, ambientali e condizioni economiche simili e che, in aggiunta al fatto di essere zone di confine, è importante riconoscere il loro prestigio, preservarle, svilupparle e promuoverle.

### **3.2 Descrizione dei contenuti e finalità**

Il Progetto *SkiAlp GSB* è un progetto ideato nel 2017, avviato poi nel giugno del 2018, in collaborazione tra l'amministrazione comunale di *Saint-Rhémy en Bosses* e il Canton Vallese. Il valore totale del progetto ammonta a 643.329,19 Euro, finanziati in parte dal FESR per 546.829,82 Euro, e per la restante parte dall'Italia, per 96.499,37 Euro, e dalla

Svizzera che ha finanziato 271.056,35 Franchi svizzeri<sup>6</sup>. Essendo un progetto sviluppatosi nell'ambito del primo asse del Progetto Interreg V-A Italia-Svizzera 2014-2020, ovvero quello corrispondente a "competitività delle imprese", l'obiettivo di *SkiAlp GSB* è quello di contribuire a creare una maggiore collaborazione transfrontaliera tra imprese e altri attori dello sviluppo locale, a supportare lo scambio turistico tra i due versanti, la diffusione di *know-how* e l'aumento del flusso turistico. Infatti, *SkiAlp GSB* nasce come politica pubblica per avviare un progetto di sviluppo territoriale, tuttavia, il suo intento è quello di riuscire a demandare l'attività da esso avviata agli imprenditori locali, i quali, cooperando, dovranno dare prova della creazione di un modello durevole nel tempo.

Al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati le amministrazioni coinvolte hanno delineato un'azione comune, ovvero quella di istituire interventi a sostegno della competitività e della sostenibilità ambientale delle reti transfrontaliere di piccole e medie imprese che operano nel comparto turistico. Nello specifico, esse si sono accordate di operare mediante la creazione di collegamenti degli itinerari scialpinistici tra i due versanti, dato che già prima del progetto questi avvenivano. Inoltre, esse si sono poste come obiettivo la promozione e diffusione degli itinerari, con la collaborazione di professionisti della montagna, attraverso l'adozione di una linea condivisa riguardo al concetto di promozione turistica e relativa comunicazione, e la creazione di un sistema informatico comune e relative applicazioni. Gli ideatori del progetto così delineato ambiscono a trasformare lo sci alpinismo, che recentemente è diventato uno sport sempre più in crescita, in un prodotto turistico trainante per i territori alpini. Inoltre, data la posizione di confine della Valle del Gran San Bernardo con il vicino Canton Vallese e, date le analogie di questi due versanti, attraverso l'ideazione di questo progetto, gli enti capofila si propongono l'obiettivo di unire i due territori costituendo così un unico punto di riferimento per lo scialpinismo. In particolare, nell'esecuzione del progetto, si è pensato di creare un park in cui definire tutti gli itinerari possibili esistenti nelle due zone e nel quale tutti, dai principianti a coloro più esperti, possano usufruire dei pendii per praticare questo sport. *SkiAlp GSB* non si limita a definire gli itinerari e rendere più agevole la pratica dello scialpinismo nei due versanti in quanto, avendo citato l'ambizione di creare un prodotto turistico trainante, esso si definisce anche come mezzo per la creazione di una rete di servizi e opportunità turistiche che ruotano attorno allo scialpinismo: ad esempio, quella di creare o appoggiarsi agli uffici turistici ai

---

<sup>6</sup> Interreg Italia-Svizzera, SkiAlpGSB: <https://progetti.interreg-italiasvizzera.eu/it/b/78/scialpinismonellevallidelgransanbernardovalledaostaevallese>

quali possano rivolgersi tutti i clienti ma anche creare opportunità di lavoro per guide alpine locali, nonché creare occasione di guadagno per albergatori e ristoratori locali. In effetti, nei due paesi, il flusso turistico è più marcato nel periodo estivo e nel periodo invernale, in concomitanza con l'apertura degli impianti di sci alpino, mentre nei periodi autunnali e primaverili esso è fortemente limitato e ciò si traduce con un periodo di crisi per quanto riguarda le entrate di ristoratori, albergatori e commercianti locali. È poi opportuno sottolineare che l'idea di questo progetto nasce anche in considerazione del fatto che lo scialpinismo è uno sport "libero", nel senso che non ha necessità di avere strutture fisiche organizzate ad accogliere gli scialpinisti e non prevede il pagamento di un biglietto per accedere ai servizi, come invece accade per molti altri sport invernali: basti pensare allo sci alpino in cui esistono comprensori adatti al trasporto in salita degli sciatori. Tuttavia, nonostante lo scialpinismo non sia uno sport organizzato strutturalmente, esso può comunque diventare un'opportunità per proporre servizi, azioni innovative e di promozione del territorio, soprattutto considerando l'interesse per il territorio transfrontaliero in cui esso compete. A riguardo di quanto appena citato, è bene aggiungere che promuovere lo scialpinismo rientra negli obiettivi di creazione di uno sviluppo sostenibile per l'ambiente proprio per la sua peculiarità di essere uno sport che non necessita di appoggiarsi su architetture costose e dannose per l'ambiente; lo scialpinismo quindi si può considerare uno sport sostenibile per l'ambiente che ci circonda. Questa sua tipicità, unita all'approccio innovativo del progetto in cui esso è protagonista, allo sviluppo di azioni transfrontaliere e al coinvolgimento degli operatori turistici locali, costituisce l'essenza dei principi coerenti con gli obiettivi delineati nell'ambito del Programma Interreg Italia-Svizzera 2014-2020, in cui *SkiAlp GSB* trova origine.

### **3.3 I capifila e i gruppi target**

Il Progetto è rappresentato da due capifila: uno italiano, identificato nell'amministrazione comunale di *Saint-Rhémy en Bosses*, e in persona, dal sindaco del Comune, e l'altro svizzero, ovvero il Distretto di *Entremont*, identificato nel suo rappresentante legale. Il progetto è nato nell'ottica della cooperazione transfrontaliera e della cooperazione amministrativa e gestionale dell'intero progetto, in ragione del fatto che essendo le due

regioni confinanti, non sarebbe parso ragionevole limitare fisicamente la pratica sportiva ad un solo versante, in quanto lo scialpinismo in questa zona viene svolto in continuità tra i due versanti. Numerosi sono infatti gli scialpinisti che salendo da Bourg-Saint-Pierre e attraversando il Colle arrivano in territorio italiano e viceversa. Ne consegue che le azioni di espletamento di *SkiAlp GSB* vengano svolte congiuntamente e in modo integrato e complementare dai due soggetti, in modo da creare sinergie per presentare il prodotto turistico su un unico territorio che coinvolge più attori e segmenti del mercato. Il capofila italiano, ovvero l'amministrazione comunale di *Saint-Rhémy en Bosses*, è rappresentante di parte dei Comuni della Valle del Gran San Bernardo con cui l'amministrazione capofila collabora, in virtù delle forme associative tra comuni, le cosiddette *Unitées des Communes*. Il Comune italiano rappresenta solo i tre Comuni della Valle del Gran San Bernardo il cui territorio è maggiormente frequentato dagli scialpinisti, ovvero *Etroubles* e *Saint Oyen*. L'essenza del capofila riconosciuta nel Comune di *Saint-Rhémy en Bosses* è spiegata e appoggiata dai partner del progetto in ragione del fatto per cui esso è il territorio che confina direttamente con il Vallese e in quanto sede dei più numerosi itinerari scialpinistici, nonché sede di molteplici attività economiche. In quanto tale, l'amministrazione di Bosses è colei che prende il ruolo di capofila del Progetto, avendo in più esperienza diretta nel ruolo di definizione delle politiche di sviluppo territoriale nel proprio ambito di interesse e, essendo per di più socio della società di gestione degli impianti di risalita e di quelli di sci nordico, essa si presta all'altezza nella gestione del progetto. In realtà nella definizione della gestione per lo svolgimento pratico del Progetto, l'amministrazione comunale si avvale di altri enti esterni con i quali coopera per la gestione e l'individuazione di azioni pratiche dei contenuti delineati. Tra di essi, vengono citati l'*Office Régional du Tourisme*, ente pubblico valdostano con sede ad Aosta, che svolge servizi di informazione, accoglienza e assistenza turistica, e Fondazione Montagna Sicura, istituzione di diritto pubblico con sede a Courmayeur, che nasce con l'obiettivo di sviluppare una cultura sulla sicurezza in montagna, ad esempio analizzando gli impatti dei cambiamenti climatici e facendo ricerca applicata sui rischi naturali individuabili in ambiente montano. I soggetti citati, in primis il Comune di Bosses, sono tutti soggetti che hanno esperienza nel campo dell'attuazione di progetti di cooperazione territoriale europea e in particolare nell'ambito dei progetti transfrontalieri Italia-Svizzera: si tratta ad esempio, per il Comune citato, del progetto "*GSB 360*", che mira alla valorizzazione della via francigena, e del progetto "*Rand sans Frontières*", progetto di promozione dell'escursionismo. Inoltre, insieme a questi enti

pubblici, il capofila italiano accoglie e incentiva l'indispensabile partecipazione dei rappresentanti delle attività economiche commerciali, attraverso la creazione di un *team* di progetto, con l'obiettivo di comprendere e poter garantire le loro prerogative attraverso processi decisionali e attuativi. Sull'altro versante, il Distretto di *Entremont*, capofila svizzero, comprende i sei comuni del Canton Vallese, ossia *Sembrancher*, *Vollges*, *Orsières*, *Liddes*, *Bourg-Saint-Pierre* e *Bagnes*. Anche il Distretto di *Entremont* ha un'esperienza concreta per ciò che concerne l'attuazione di politiche transfrontaliere, avendo partecipato a tutte le programmazioni di cooperazione transfrontaliera tra il 2007 e il 2013. Per citarne uno, il Progetto *AICOTRA "Tour du Mont Blanc"*, ha istituito un servizio di prenotazione nei rifugi, il quale ancora attualmente genera un volume di affari di circa due milioni di franchi svizzeri. Il progetto, sebbene giunto al termine, costituisce ancora oggi un'entrata fondamentale per gli attori del settore turistico, le cui entrate sono maggiori nel periodo invernale, in quanto esse derivano principalmente dagli impianti di risalita del comprensorio di *Verbier*, che realizza annualmente un milione di presenze, e dall'attività escursionistica che si sviluppa nel periodo estivo. Come per il Comune di *Saint-Rhémy en Bosses*, anche il Distretto di *Entremont* ha previsto di coinvolgere altri enti di cui già normalmente si avvale per l'attuazione di politiche pubbliche soprattutto per quelle attinenti al turismo di montagna. L'ente di cui si avvale è denominato "*Association au pays du Saint-Bernard*", ente privato che costituisce uno strumento a cui l'amministrazione comunale si rivolge e a cui delega il compimento di attività di promozione, accoglienza, informazione e animazione sul territorio vallese. Essendo esso un ente privato, a differenza di tutti gli altri partner citati precedentemente, ben strutturato, organizzato, nonché finalizzato a coordinare politiche pubbliche o private in ambito turistico, esso riconosce e punta al vantaggio economico derivante dall'attuazione di *SkiAlp GSB*: oltre all'obiettivo comune condiviso dai precedenti partner, ovvero la valorizzazione della frontiera a livello internazionale tramite l'attività dello scialpinismo, l'ufficio turistico svizzero mira alla creazione e alla promozione di un itinerario di più giorni nelle Alpi, sulla linea della nota "*Haute Route Chamonix-Zermatt*", nonché alla collaborazione per la promozione degli itinerari a livello internazionale, con i più grandi tour operator. L'*Haute Route*, ossia "*Alta Via*", è un itinerario di più giorni in cui si percorrono diversi chilometri fino ad arrivare a Zermatt, ed è ciò che Marcel Kurz e i suoi successori iniziarono a promuovere ai loro tempi e che costituiscono ancora una sfida per gli scialpinisti dei giorni nostri. Un altro ente di cui si avvale il Distretto di *Entremont* è la *Société de développement de Verbier et de Val de*

*Bagne (SDVB)*, che sostanzialmente svolge le stesse attività dell'*Association du Pays du Saint Bernard*, con lo stesso livello di competenze e professionalità che la contraddistingue. Le due istituzioni cooperano al fine di raggiungere gli stessi obiettivi condivisi al fine di ricevere gli stessi vantaggi economici e di valorizzazione territoriale. Infine, ma non per livello di importanza, tra gli enti svizzeri presi in considerazione in quanto portatori di interessi e indirizzati verso l'obiettivo di crescita economica e prestigio internazionale, si aggiunge "*Les Guide de Verbier*", ente privato formato da circa una sessantina di guide alpine locali. Esso costituisce un fondamentale punto di appoggio per gli uffici turistici sopra citati, poiché le guide alpine che lo costituiscono possono fornire preziose competenze tecniche e territoriali, precise indicazioni sulle esigenze comuni della clientela, come pure fornire tutti gli elementi chiavi per delineare più precisamente gli itinerari turistici che possano essere proposti nel progetto. Tutto questo tenendo sempre conto della collaborazione con gli uffici turistici e le guide del versante italiano. Le guide alpine di *Verbier* ricoprono inoltre un ruolo riconosciuto importante nell'ambito della realizzazione di iniziative nel settore turistico che vengono proposte sul territorio, in quanto gli organismi di stampa specializzata si avvalgono delle loro competenze per scrivere articoli che vengono pubblicati su riviste internazionali e locali. Le guide poi, partecipando alle manifestazioni sportive, ricoprono un ruolo importante anche nelle attività formative e educative rivolte ai giovani.

### **3.4 Il piano di lavoro e le attività di implementazione**

Dato lo scarso sviluppo dell'imprenditoria locale, la scarsa cooperazione tra operatori turistici in aggiunta al sempre più limitato periodo di innevamento del comprensorio di *Crévacol*, maggior attrazione invernale del posto, gli amministratori locali, a partire dal 2016, hanno organizzato alcuni incontri preliminari al fine di condividere i problemi di fondo e generare di conseguenza delle alternative valide allo sviluppo dell'area. Agli incontri hanno partecipato anche gli amministratori del Distretto di *Entremont*, che hanno accettato l'iniziativa italiana, condividendo l'idea di un progetto transfrontaliero. I circa venti incontri, tenuti sia in territorio valdostano che in quello vallesano, servivano anche per stabilire le attività da svolgere ed il relativo budget di spesa necessario al supporto delle

attività. Poi, una volta definito il quadro generale della politica pubblica, esso è stato presentato in via generale all'Assessore al turismo della Regione Valle d'Aosta, il quale ha dato conferma per la predisposizione di schede di progetto utili al fine di presentare una manifestazione di interesse, e successivo bando, con lo scopo di individuare enti esterni che potessero provvedere all'attuazione pratica del progetto ideato. Accanto alla fase di progettazione e documentazione intercorsa tra il mese di maggio e ottobre del 2017, la fase di coordinamento e gestione è stata messa a punto a partire da giugno del 2018 per tutta la durata del progetto, in quanto fondamentale al fine di guidare le attività in modo coerente e avere il controllo su di esse. Per la parte italiana, le attività di coordinamento sono svolte dal segretario comunale del capofila, che ha ancora il compito di verificare che le attività proseguano in modo coeso e uniforme da parte dei partner sui due versanti e, a livello interno, controllare che tutti gli enti adempiscano agli obblighi formali previsti dal progetto. Infine, è incarico del Segretario anche la gestione amministrativa di ogni singolo partner, ossia controllare dal punto di vista legale che l'espletamento degli obblighi formali di questi ultimi venga garantita. Dal mese di giugno del 2018, per tutto il corso dell'implementazione delle attività previste, il segretario comunale è stato incaricato inoltre del compito di predisporre, coordinare e contabilizzare gli atti amministrativi, come delibere, appalti esterni, contratti e liquidazione delle fatture. Diversamente, per la Svizzera, siccome si tratta di enti per lo più privati, queste attività vengono svolte da ogni singolo partner. Inoltre, per l'intera durata del progetto, è stato previsto un servizio di consulenza esterna sulla gestione, il monitoraggio e la rendicontazione del progetto rivolto agli amministratori. Per quanto riguarda invece la comunicazione, è stato ideato un piano di lavoro costituito da più attività di diffusione del progetto, tra cui la realizzazione di *newsletter* e attività di sensibilizzazione per coinvolgere e spiegare al meglio agli utenti ciò che si vuole raggiungere e ciò che è già stato iniziato. Ad esempio, sono state organizzate attività di sensibilizzazione per gli albergatori locali, al fine di coinvolgerli nel progetto e comunicare strategie gestionali di attrazione degli scialpinisti, come organizzare colazioni anticipate, pranzare al rientro da una gita oppure fare un'abbondante merenda al rientro. La comunicazione è un altro punto fondamentale al fine di diffondere e promuovere il progetto raggiungendo più utenti possibili, ma anche in quanto essa costituisce un'opportunità di dialogo con gli *stakeholder* in cui le amministrazioni possono raccogliere i loro interessi, le loro osservazioni e richieste. Le attività di comunicazione hanno previsto, inoltre, la realizzazione di un sito internet, applicazione, documentazione cartacea e

pannelli, ma anche pagine social come *Facebook* e *Instagram*, l'invio di *newsletter* semestrali agli *stakeholder* di entrambi versanti e incontri periodici al fine di diffondere lo sviluppo e aumentare la coesione del progetto. Importante, ai fini dell'utilità del servizio, è che queste piattaforme digitali vengano continuamente aggiornate anche per coinvolgere maggiormente gli utenti ad utilizzarle. Un'altra attività predisposta ai fini collaborativi degli operatori economici locali è la creazione di una rete di operatori: considerando che a livello locale non sussisteva una collaborazione tra di essi, si è pensato di spingere gli attori economici a creare inizialmente una sorta di *team* di progetto che radunasse gli imprenditori locali. Inizialmente, tale *team* includeva operatori turistici appartenenti alla categoria dei ristoratori, successivamente si è ritenuto opportuno allargarlo a diverse categorie, come scuole di sci e professionisti della montagna. L'idea di *SkiAlp GSB* è quella di spingere questi ultimi a costituire in futuro un'associazione valida e preparata a portare avanti in autonomia il progetto avviato dall'amministrazione pubblica. Il *team* di imprese locali è parte integrante di un *Comitato di Progetto* (CO.PIL), che riunisce tutti i soggetti partner di *SkiAlp GSB*. Il CO.PIL, durante la fase di realizzazione del progetto, ha il compito di fornire una guida generale e verificare che lo svolgimento sia in linea con gli obiettivi prefissati. Esso, unico per entrambi i versanti, è costituito da un rappresentante di ogni partner e da due operatori turistici per ogni versante, con il coinvolgimento delle parti amministrative, si riunisce ogni tre mesi per garantire un monitoraggio continuo. Oltre al CO.PIL, considerando che questo progetto così come è stato pensato integra aspetti innovativi sia dal punto di vista tecnico che informatico, è stato previsto anche un servizio di coordinamento tecnico, individuato in una figura esterna tramite appalto, il quale si dedica alla trascrizione digitale degli itinerari di scialpinismo rendendoli completi inserendo testi, immagini, tracciati *GPS*, e completi anche dal punto di vista tecnico della sicurezza, inserendo cartografia da valanga, pendenze e pericoli. Un ulteriore piano di lavoro delineato è quello in cui rientrano le attività di creazione del prodotto turistico Sci Alpinismo. L'obiettivo è quello di rendere accessibili tutte le informazioni utili a percorrere gli itinerari e di promuoverne pratica e la conoscenza non solo a livello locale. Oltre alla definizione degli itinerari dal punto di vista tecnico inserendo dislivello, difficoltà, tempo di percorrenza, in linea con la segnaletica già esistente per il *trekking*, entro il 2019 è necessario che tutte le informazioni in merito vengano rese disponibili in più lingue. Infine, per quanto riguarda il piano di lavoro sopra citato, è stato posto come obiettivo l'individuazione di tutti i servizi turistici locali, strutture ricettive e alberghiere, negozi e



trasporti, al fine di inserirli in un sistema informativo creato *ad hoc*. Quest'ultimo infatti è l'obiettivo del piano di lavoro numero sei del progetto, il quale si è prefissato di creare un sistema integrato tra sito internet e *app*, che dovrà funzionare anche off-line, su cui poter visionare tutte le informazioni utili per gli scialpinisti. Un'attività interessante in questo piano di lavoro è quella di istituire un servizio *SkiCar*, ossia un servizio simile a *bla-bla car*, grazie al quale gli utenti dell'*app* possono comunicare al fine di condividere il servizio di trasporto. Oltre a *SkiCar*, l'altro servizio di trasporto individuato nel piano di lavoro dei servizi agli scialpinisti, è quello di prevedere un leasing di un pulmino a nove posti, utile per il rientro degli scialpinisti dall'altro versante, a condizione che essi usufruiscano di altri servizi come guide alpine o pernottamenti. In questo piano di lavoro, limitatamente al versante italiano, è stato progettato l'utilizzo delle piste di discesa che sorgono nei pressi degli itinerari da scialpinismo, di solito vietate per questo scopo, a capo delle quali è stato pensato di sistemare il piccolo chalet di legno già esistente in cui gli utenti possano entrare per cambiarsi al riparo dal vento in caso di risalite notturne. Per ciò che concerne l'attività di promozione, essa è oggetto del piano di lavoro numero 8, nel quale sono state pensate due tipi di studio a fine promozionale: il primo, di competenza dell'ufficio turistico regionale, è quello della strategia turistica, che prevede come prodotto focus lo scialpinismo e utile ad individuare la clientela interessata. A sostegno del piano della strategia turistica è utile dapprima individuare il mercato, il prodotto, i concorrenti, la stima dei ritorni economici, l'individuazione di tour operator specializzati nel turismo di montagna nonché l'individuazione di pacchetti turistici; tutto ciò è fatto di concerto con l'obiettivo di marketing della Regione. Il secondo piano invece, è verificato attraverso questionari periodici al fine di individuare le esigenze della clientela per fornire la rete di servizi più adeguata: sono previsti studi su orari, materiale, caratteristiche degli utenti e numeri. Al fine di incentivare gli utenti ad approfondire le offerte di questo progetto è stata prevista la partecipazione ad eventi a cui prenderebbero parte personaggi di riferimento, oltre che la partecipazione a manifestazioni inerenti al tema della montagna. La partecipazione ad eventi è un momento fondamentale in cui fornire valore aggiunto alla pratica sportiva poiché sarebbe utile approfittarne al fine di promuovere anche la diffusione di prodotti tipici o brand di aziende locali. Utile in questo senso è anche la collaborazione con aziende specialistiche per il materiale tecnico, al fine di creare visibilità e aumentare le presenze: in effetti, non vi è momento più adatto nel quale darsi visibilità ospitando brand famosi che attirerebbero la presenza della propria numerosa clientela già

ad esso affiliata. Il penultimo piano di lavoro inserito nel progetto riguarda le informazioni giornaliere. Il territorio su cui è stato progettato il piano è un territorio particolarmente suscettibile a variazioni climatiche, con temperature rigide, nuove nevicate e vento forte: è quindi stato ritenuto indispensabile un servizio di aggiornamento continuo sulle condizioni ambientali e metereologiche, già pubblicate dall'ufficio metereologico regionale, a cui il primo costituisce semplicemente un'aggiunta di informazioni specifiche riguardanti un territorio circoscritto. Il servizio non si limiterebbe alla pubblicazione di informazioni climatiche ma anche condizioni riguardanti le condizioni degli itinerari per tutto il periodo in cui essi possono essere percorsi; inoltre, per fornire queste informazioni specifiche occorre un'esperienza e una conoscenza del territorio che contraddistingue le guide alpine, a cui infatti è stato incarico il compito. Queste informazioni verrebbero pubblicate tempestivamente sulle pagine social, sul sito web e sulla relativa APP. Si è ipotizzato che questo servizio venga eseguito in un solo punto di aggiornamento, diversamente dal versante svizzero in cui questo lavoro sarebbe messo a punto nella stazione dell'ufficio turistico di *Verbier* e in quella dei *Pays du Saint-Bernard*. Infine, l'ultimo piano di lavoro delineato dalle amministrazioni è quello dell'approfondimento giuridico: in effetti, data la disarticolazione dal punto di vista strutturale e organizzativo dello scialpinismo, considerando l'ottica del progetto di trasformare questo sport in un prodotto concreto utilizzando anche piattaforme online accessibili agli utenti, possono sorgere delle responsabilità in capo agli amministratori che mai nessuno prima aveva preso in considerazione.

## **CAPITOLO 4**

### **Gli esiti del progetto**

#### **4.1 Affidamento del servizio di sviluppo e definizione degli itinerari di scialpinismo e fuoripista**

Come definito nel piano di lavoro del progetto, a seguito della conferma da parte dell'Assessore al Turismo, alla fine dell'anno 2018 è stato pubblicato il bando di gara al fine di acquisire offerte a cui affidare il servizio di sviluppo e definizione degli itinerari di scialpinismo e fuoripista nell'ambito del progetto *SkiAlp GSB*. La stazione appaltante è stata individuata nell'ufficio associato tecnico del Comune di *Saint-Rhémy en Bosses*, il quale ha avviato una procedura negoziata ai sensi dell'articolo 36, comma 2, lettera a) del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. con scadenza il 19 febbraio 2019. Pur trattandosi di un appalto il cui importo complessivo ammontava a ventitremila euro, per cui l'amministrazione comunale avrebbe potuto procedere tramite affidamento diretto o invito ad un numero limitati di attori economici, essa ha optato per la pubblicazione di un bando di gara pubblico con lo scopo di raggiungere un più ampio numero di interessati. Ciò è stato eseguito secondo i principi di concorrenza, trasparenza e parità di trattamento che l'amministrazione ha ritenuto importanti da rispettare. Come da prassi, è stato individuato un Responsabile Unico del Procedimento, che in questo caso corrispondeva al Segretario comunale in carica, il quale, di concerto con l'Amministrazione, ha adottato il criterio di aggiudicazione previsto dall'articolo 95, comma 4 del D.Lgs. 50/2016, ossia quello favorevole al concorrente che ha presentato il prezzo più basso con un'unica percentuale di ribasso. Il contratto stipulato con la ditta vincitrice è stato previsto della durata di 150 giorni a partire dalla sua stipula, nei quali l'operatore economico aggiudicatario dell'appalto doveva svolgere una serie di attività di seguito descritte. Il servizio richiesto nel bando prevedeva lo sviluppo e la definizione degli itinerari di scialpinismo che doveva essere eseguiti secondo criteri minimi individuati dal Comitato di Pilotaggio creato appositamente per *SkiAlp GSB*, sulla base degli itinerari più frequentati e conosciuti. Nell'elenco dei tracciati sono stati indicati trenta itinerari di scialpinismo, molto frequentati, presenti tutti nella zona del Gran San Bernardo, di difficoltà variabile. Ogni itinerario inserito nell'elenco doveva essere descritto secondo

ulteriori criteri tecnici, tra cui la località di partenza, il dislivello positivo, il tempo di salita secondo la formula dell'ente svizzero (il quale approssima ai 10 minuti superiori), il periodo migliore di percorrenza, il grado di difficoltà sulla base delle classificazioni italiane e svizzere, l'esposizione in discesa, la quota di arrivo e infine la lunghezza della salita. In aggiunta ai criteri tecnici, sono stati delineati anche altri principi descrittivi da seguire per la definizione degli itinerari, come la descrizione generale dell'itinerario e la motivazione per percorrerlo, inserendo i punti forti del percorso, e la descrizione del percorso, sottolineando la possibilità eventuale di raggiungere il versante svizzero. Fondamentale è stata ritenuta la descrizione utile per raggiungere il luogo di partenza, il tracciato cartografico in formato *.gpx* o *.hml*, contenenti coordinate e altitudine. Infine, per dare un tocco di originalità al fine di dare una migliore immagine possibile dell'itinerario, è stato inserito lo sviluppo di immagini che definiscano ogni percorso, nonché la produzione di video di durata di tre minuti in cui sintetizzare i punti salienti di alcuni itinerari particolari, ossia quelli considerati più attraenti, con lo scopo di promuovere il territorio. La clausola del contratto implicava una stretta collaborazione tra Comune e operatore economico aggiudicatario, nonché con professionisti della montagna e con tutti coloro incaricati alla realizzazione delle attività previste nel progetto, sia italiane, sia svizzere. Nel bando di gara era chiara la facoltà dell'Amministrazione di prorogare il termine sopra indicato; inoltre, la stessa, doveva effettuare delle verifiche di collaudo di cui una in corso d'opera, nelle quale essa verificava l'esistenza e l'originalità dei video, e l'altra al termine del contratto, alcuni giorni prima della data di consegna. I soggetti che potevano presentare un'offerta, oltre a rispondere a determinati requisiti generali. Tra questi individuavano dovevano rientrare in una serie di requisiti specifici, pena l'esclusione, tra cui quello di avere un'adeguata conoscenza della lingua francese certificata da diversi organi competenti, aver maturato un'adeguata esperienza documentabile, ossia aver pubblicato testi relativi alla montagna nel periodo invernale e pubblicazioni di itinerari, aver realizzato tracciati cartografici in formati specifici e avere un'approfondita conoscenza del territorio documentata tramite attività escursionistiche o organizzazione di eventi. Una volta pubblicato il bando, alla gara d'appalto hanno partecipato pochi interessati: tuttavia esso è stato aggiudicato ad una prestigiosa società valdostana di consulenza e progettazione informatica che si occupa anche della realizzazione di mappe sentieristiche. La società aggiudicataria si è avvalsa di collaboratori fotografici al fine di strutturare al meglio gli itinerari completi di foto e video girati con drone, così come richiesto dal Comitato di Pilotaggio. Gli itinerari poi sono stati

recentemente resi disponibili in formato cartaceo, attraverso una vera e propria Carta scialpinistica che gli escursionisti possono portarsi appresso durante le gite per orientarsi. Infine, sempre per opera della società sopra citata, sono stati recentemente stampati dei volantini a forma di opuscolo, che riporta le informazioni generali del progetto, i servizi offerti compresi dell'elenco degli operatori turistici presenti nella Valle del Gran San Bernardo e infine tutti gli itinerari di scialpinismo. Come richiesto dal CO.PIL, sia la Carta Scialpinistica che il volantino sono scritti in lingue diverse.

#### **4.2 Creazione del sito internet, attività di comunicazione e promozione, realizzazione dei servizi**

Nel progetto ideato dalle amministrazioni, di concerto con i partner, è stata prevista la realizzazione del sito internet dedicato allo scialpinismo nella Valle del Gran San Bernardo. Dall'avvio del progetto ad oggi, è stato infatti istituito, dalla società di consulenza a cui è stato affidato il servizio di descrizione degli itinerari, il sito internet "[www.skialp-gsb.eu](http://www.skialp-gsb.eu)", il quale, attraverso un menù principale, dà spazio a tutte le indicazioni relative al progetto. Si trova la descrizione sintetica dei contenuti del progetto e degli obiettivi, ma anche la descrizione del territorio della Valle, la descrizione delle attività di promozione e infine si è ritenuta importante la creazione di appositi spazi da dedicare alle foto e ai video degli itinerari, così come l'amministrazione si era programmata di eseguire. In realtà, il sito internet citato non può ancora ritenersi completo, in ragione del fatto che esso deve ancora essere perfezionato, poiché mancano molte informazioni relative ad ogni tematica inserita nel menù del sito: ad esempio, manca totalmente la descrizione degli itinerari e di conseguenza anche relative foto e video, le attività di promozione ed ancora mancano informazioni riguardanti le attività organizzate sul territorio e le news del progetto. Il sito "[www.skialp-gsb.eu](http://www.skialp-gsb.eu)" ha ritenuto particolarmente importante dedicare uno spazio dedicato al servizio di trasporto che era stato programmato nel progetto originale. In realtà, sebbene il progetto originale avesse previsto un servizio simile a *bla-bla car* denominato *SkiCar*, il servizio di trasporto realizzato con l'accordo del Comitato di Pilotaggio è stato denominato con la sigla "*SkiAlp Bus*" e prevede un servizio a chiamata su prenotazione grazie al quale i clienti possono farsi trasportare da un pulmino con autista, dal luogo in cui essi

soggiornano, fino alla partenza degli itinerari. Il servizio *SkiAlp Bus* è stato aggiudicato ad un libero professionista valdostano operante nel settore dei trasporti privati; il servizio è valido per gli utenti che soggiornano all'interno di strutture gestite dagli operatori economici che aderiscono al progetto. Sul sito, inoltre, si trova un link diretto all'elenco degli operatori economici aderenti a *SkiAlp GSB*, il quale indirizza anche alla consultazione di un dépliant che fornisce informazioni in merito al funzionamento e ai costi del servizio *SkiAlp Bus*. Per contro, sebbene questo primo sito creato *ad hoc* per *SkiAlp GSB* non sia curato in tutti gli aspetti, un importante spazio alla divulgazione di tracce di scialpinismo con descrizione tecnica inserita, è stato riservato dalla piattaforma *Gulliver.it*. *Gulliver* è un sito internet, o meglio una community, ispirata al romanzo "*I Viaggi di Gulliver*" in cui l'autore Jonathan Swift, immedesimato nel suo personaggio Gulliver, racconta dei suoi numerosi viaggi avventurosi compiuti in epoca settecentesca. In questo sito internet gli iscritti possono condividere informazioni, racconti di gite escursionistiche, ma possono anche caricare tracce *GPS* unite ad una descrizione del percorso e relative foto. La piattaforma, nata alla fine degli anni Ottanta da alcuni appassionati di sport di montagna, oggi conta migliaia di iscritti ed è famosa in tutta Italia come guida alle escursioni in tutte le regioni della penisola. *Gulliver* dà ampio spazio a molteplici sport di montagna, dall'arrampicata, all'alpinismo, allo scialpinismo, ma anche alla mountain bike e altri sport, come la canoa e il volo libero. Il Comitato di Pilotaggio di *SkiAlp GSB* ha ritenuto quindi un'ottima strategia quella di avvalersi di un sito internet già ben avviato e largamente conosciuto e utilizzato, al fine di creare un rapporto di partenariato con i manager della piattaforma. Si è ritenuto di notevole importanza proporre la collaborazione in un momento preciso, che ha coinciso con il periodo in cui i manager di *Gulliver* hanno pensato di innovare e aggiornare il design della pagina: così facendo, si è colta una occasione fondamentale per *SkiAlp GSB* per lanciare sul mercato il suo nuovo prodotto innovativo, inserendo il suo logo nella pagina *Gulliver* che rimanda direttamente ad una pagina propriamente riservata sulla piattaforma principale. Il logo *SkiAlp GSB* sarà "ospitato" per circa cinque anni sulla più famosa piattaforma italiana di itinerari, durante i quali si valuterà l'ipotesi di continuare la collaborazione. Su *Gulliver*, non sono inseriti solo tutti gli itinerari fattibili nella Valle del Gran San Bernardo, corredati da foto, video, tracce *GPS* e recensioni, ma è inserita anche una parte dedicata ai servizi disponibili sul territorio italiano e svizzero: sono qui inclusi ad esempio il servizio *SkiAlp Bus*, l'elenco di tutti gli alberghi e ristoranti, ma anche i nominativi e le informazioni relative a tutti i professionisti della montagna

partner del progetto. Obiettivo ulteriore di *SkiAlp GSB* era la creazione di un'applicazione, collegata al sito web, in cui accedere anche offline al fine di consultare la complessità di informazioni ripetute sul sito. L'APP è online e si può scaricare dagli *stores* di qualsiasi *tablet* o *smartphone*. La piattaforma riporta i medesimi elementi riscontrabili su Gulliver, in aggiunta alla possibilità di iscrizione al sito *Gulliver*, e a tutte le informazioni previste dal progetto; ossia, la consultazione delle previsioni metereologiche, i tempi di risalita e informazioni generali relative alla Valle del Gran San Bernardo. Inoltre, l'applicazione è consultabile in cinque lingue diverse ed apporta una pagina dedicata all'elenco dei *disclaimer*, come insinuato da uno studio giuridico pubblicato a questo scopo ed eseguito per conto del partner Fondazione Montagna Sicura. La voce "*disclaimer*" comprende anche una serie di raccomandazioni che si forniscono agli utenti al fine di non sottovalutare le condizioni di pericolo e i rischi naturali insiti in questo sport. Considerando ad oggi il sito *Gulliver.it* come sito ufficiale di *SkiAlp GSB*, parallelamente sono stati creati dei funzionali account *Instagram* e *Facebook* che pubblicano spesso contenuti sia a scopo informativo, contenenti link o articoli che trattano di notizie di montagna, sia a scopo promozionale, contenenti fotografie e video di itinerari e paesaggi. I primi post che compaiono, anche in lingua francese e inglese, risalgono a febbraio 2020 e in questo lasso di tempo le pagine contano più di un migliaio di *followers*. Nei circa ottanta post pubblicati, essi contengono anche link diretti al *canale YouTube* del progetto, gestito dai partner svizzeri, i quali pubblicano video in linea con quelli pubblicati dai partner italiani. Considerando invece le attività ancora in fase di attuazione rientra ovviamente anche l'attività di promozione e comunicazione dello scialpinismo nella Valle del Gran San Bernardo. In effetti, per realizzare un'attività di marketing adeguata al fine di raggiungere più persone possibili, è necessario che il "prodotto" turistico contenga tutti gli elementi necessari per essere divulgato come un *brand*. Tuttavia, l'attività di promozione e comunicazione è già stata avviata in parte: si consideri, per ciò che concerne la promozione, ad esempio, la possibilità di consultazione degli itinerari sul sito *Gulliver* e di tutte le informazioni necessarie sull'*app*, realizzate e gestite da professionisti del settore privato. In aggiunta a ciò, a livello comunicativo, accanto al sito internet e all'*app*, è stata avviata, riservatamente a coloro che si iscrivano, la possibilità di ricevere newsletter per rimanere aggiornati sull'attività del progetto e altre notizie. Per la parte relativa alla promozione invece, essa è gestita dall'*Office Régional du Tourisme*, ente pubblico regionale, nonché partner del progetto. Nel piano di lavoro di *SkiAlp GSB* era prevista l'esecuzione di questionari appositamente creati

al fine di indagare sulle esigenze della clientela, sul materiale utilizzato e su altre questioni atte a fornire una visione più completa e ravvicinata degli utenti. I questionari sono stati eseguiti dall'Osservatorio turistico della Valle d'Aosta nell'inverno 2019 e 2020. Le indagini non sono andate a buon fine in quanto il periodo analizzato è stato bruscamente interrotto dalla pandemia Covid-19. Inoltre, anche se non rientra direttamente nei piani di *SkiAlp GSB*, ma si ritiene comunque importante in questo ambito, a febbraio 2020, è stato riproposto, una gara di scialpinismo originaria delle Dolomiti, il *Trofeo Fiou*. La competizione fino a pochi anni prima si svolgeva annualmente, sulle nevi di *Flassin*, nel Comune di *Saint-Oyen*. Il *Trofeo Fiou* rientra nel circuito "*EPIC Ski Tour 4LL*": si tratta di una serie di gare aperte a tutti, da qui il collegamento con il termine "*4LL*", in cui prendono parte sia professionisti e atleti di alto livello che partecipano a gare di Coppa del Mondo, ma anche principianti, amatori e giovanissimi, con la possibilità, questi ultimi, di essere accompagnati da una guida alpina. È stata appoggiata da molti l'idea di creare una collaborazione con gli inventori di questo circuito di gare proprio per l'unione dello spirito agonistico degli atleti professionisti con quello dilettantistico di amatori dello scialpinismo che intendono avvicinarsi a questo sport. L'evento si è prolungato su più giorni di un week end di fine febbraio, per cogliere l'occasione, da parte degli organizzatori dell'evento, di invitare alcuni sponsor di alto livello e ben conosciuti nell'ambiente agonistico, a presentare i loro prodotti. Questa è stata un'opportunità anche per gli attori economici locali, bar, ristoranti e alberghi, ma anche produttori enogastronomici locali, per dare propria visibilità a fini promozionali. Infine, è importante considerare come anche la pubblicazione di articoli su quotidiani o telegiornali locali e su riviste specializzate di montagna, sia di rilievo a fini divulgativi, così come si era prospettato nella redazione del progetto iniziale di *SkiAlp GSB*. Per citare alcune pubblicazioni, *SkiAlp GSB* è stato protagonista in più alcuni articoli di diversi quotidiani valdostani, come *Aostasera*, ma anche riviste specializzate di montagna, come *Montagne Outdoor*. Nel complesso si può affermare che tutte le proposte sono state realizzate, ma è comunque importante considerare che esse non devono essere concepite come un traguardo, piuttosto come un punto di partenza ben solido e pronto per essere tramandato.



### **4.3 Studio Giuridico Comparato Italia – Svizzera sulla promozione della pratica dello Scialpinismo tra la Valle del Gran San Bernardo e la località svizzera di Verbier**

#### **4.3.1 Giurisprudenza italiana nell’ambito dello scialpinismo**

Uno dei piani di lavoro prefissati dagli amministratori nella redazione del progetto sopra descritto è quello di effettuare uno studio giuridico comparato che analizzasse, dal punto di vista giuridico, la responsabilità di chi pubblica itinerari online nei riguardi dello scialpinista che, fidandosi di quei percorsi, potrebbe essere colpito da una valanga o subire danni a seguito di pericoli presenti sul tracciato. In merito a ciò, Fondazione Montagna Sicura, ente dedicato allo studio di fenomeni e problemi collegati all’ambiente montano, partner del progetto *SkiAlp GSB*, consegue l’obiettivo prefissato dal progetto e nel 2020 pubblica “*Studio Giuridico Comparato Italia – Svizzera sulla promozione della pratica dello Scialpinismo tra la Valle del Gran San Bernardo e la località svizzera di Verbier*” in cui collaborano, ai fini della stesura, diversi avvocati tra cui R. Crucoli, M. Giuso, M. e W. Flick. Essi premettono che l’evoluzione dello scialpinismo e di tutte le attività di montagna si è lasciata alle spalle il concetto di *autoresponsabilità* di colui che si avvicina alla montagna assumendosi la responsabilità in caso di danni. Un tempo infatti, fino a quaranta anni fa, come citato nel primo capitolo, i primi accompagnatori in montagna godevano di un certo rispetto da parte delle persone comuni. Questo è dovuto un po’ per il fatto che essi erano tutti dei personaggi importanti dal punto di vista del profilo professionale e intellettuale, cioè ricoprivano ruoli di architetto, medico o erano scrittori. D’altro canto, essendo che all’epoca erano solo poche decine ad essere considerati professionisti della montagna, con specifiche competenze tecniche e conoscenze ambientali, erano visti come personaggi di élite. In questo contesto, nel patto che si instaurava tra guida e cliente era implicito l’esonero della responsabilità da parte della guida, ovvero ognuno di essi si assumeva la propria responsabilità, in quanto coscienti del fatto che in sé, l’attività di montagna consiste propriamente in un rischio. Va da sé che fino a quel periodo, era irrisoria la quantità di controversie che venivano presentate in tribunale, e le poche che vi giungevano assolvevano la guida. Tuttavia, al giorno d’oggi la realtà è mutata notevolmente anche in

questo senso: il maggior benessere e l'aumentata capacità finanziaria delle famiglie porta ad un aumento dell'approccio alla montagna anche ai neofiti, i quali, grazie anche allo sviluppo dei trasporti, molti arrivano dalle città privi di conoscenze base che caratterizzano gli sport in montagna e conseguentemente incapaci di valutarne i rischi. Ciò determina la perdita della connotazione turistica-elitaria che caratterizzava le guide alpine fino a quaranta anni fa, le quali oggi assumono più un carattere pratico-economico volto alla propria tutela in caso di denuncia da parte dei propri clienti. In sintesi, è andato offuscato nel tempo il concetto che l'attività alpinistica è per sua natura un'attività pericolosa, lasciando il posto alla pretesa di avere maggiori tutele, sicurezza e protezione non ragionando sull'occorrenza, in questi casi, della sussistenza del principio di *autoresponsabilità*, che comprende necessariamente la consapevolezza dei rischi per chiunque usufruisca della montagna. Gli autori di questo studio giuridico sintetizzano questo fenomeno con la formula "*minima autoresponsabilità, massima richiesta di tutela*". Il turismo di montagna oggi implica due visioni contrastanti: da una parte essa rappresenta la meta di un turismo di massa poco informato che sottovaluta rischi e pericoli, dall'altra è uno strumento di crescita economica e sviluppo territoriale per ambienti che per natura rimangono svantaggiati per tutta una serie di elementi. Nel progetto *SkiAlp GSB* è fatta chiara l'ipotesi di rendere il comprensorio di *Crévacol* adatto anche alla risalita con pelli di foca strutturando piste o corsie adeguate in merito e riservate agli scialpinisti: gli avvocati in questione citano tre circostanze in cui è possibile che il gestore di un impianto sia responsabile per sinistri che si sono verificano in pista, fuori pista o al confine tra pista e fuori pista. Come citato all'articolo 1218, 2050 e 2051 del Codice Civile, è responsabilità contrattuale (in virtù dell'esistenza dello skipass) del gestore, in quanto esercente di un'attività pericolosa, se si verificano sinistri sulle piste, in quanto lui stesso deve garantire la messa in sicurezza e la regolarità delle piste. Per quanto riguarda invece il caso ibrido, cioè al confine tra pista e fuori pista è dovere del giudice studiare come è avvenuto il sinistro e valutare di conseguenza. Per la responsabilità in caso di fuori pista invece, è omessa in capo al gestore degli impianti poiché non si tratta di zone di sua competenza (responsabilità extracontrattuale). Tuttavia, qualora le piste non battute vengano pubblicizzate nel comprensorio, possono essere considerate zone relative al comprensorio e quindi i casi di sinistri che si verificano nelle piste non battute potrebbero rientrare nell'ipotesi di responsabilità contrattuale dell'art. 2051 c.c. È però bene considerare che ormai la legislazione ha avanzato ipotesi in merito attraverso una legge, la n.363 emanata

nel 2003, nella quale, all'art. 17 si enuncia che il gestore è sollevato dalla responsabilità in caso di sinistri dello sciatore in piste non battute. In aggiunta, anche la legge regionale valdostane n. 27 del 2004, all'art. 7 stabilisce il medesimo concetto aggiungendo che “i soggetti che praticano scialpinismo devono essere sempre muniti di appositi sistemi elettronici per garantire un idoneo e tempestivo intervento di soccorso”. In caso nei pressi dell'impianto ci dovessero essere itinerari di *freeride* accessibili, è bene che il gestore dell'impianto renda chiari quali possono essere i rischi e renda facilmente accessibile la zona, adeguandola con strumenti di facilitazione come scale o rampe e le mantenga in buono stato. Ciò dovrebbe costituire il limite della responsabilità di un gestore di un impianto per quanto riguarda il *freeride*, limitatamente al fatto che esso non venga utilizzato da costui come strumento di pubblicità ai fini della promozione dell'impianto. In questo caso allora, il gestore dell'impianto potrebbe essere responsabile in caso di sinistro da parte del cliente. Gli autori poi delineano le responsabilità in capo al pubblico amministratore di un comune montano: sulla questione si potrebbe aprire un ampio spazio di dialogo declinando tutti i numerosi rischi a cui sono soggetti i territori montani su cui gli amministratori locali devono prestare attenzione e intervenire tempestivamente nel caso in cui essi si verificano. Ne deriva quindi un enorme raggio di responsabilità in capo ai sindaci. In merito alla responsabilità entro ciò che è stato previsto in *SkiAlp GSB*, al pubblico amministratore derivano due tipi di responsabilità: la prima oggettiva, ex art. 2051 c.c., in base alla quale, la p.a. essendo custode dei beni demaniali, essa deve controllare scrupolosamente tutti i pericoli evidenti sul territorio. La responsabilità qui è assolta solo se la p.a. provi il caso fortuito. La seconda, responsabilità civile ex art. 2043 c.c., non implica un obbligo di controllo continuo sul territorio, ma incentivare la pratica di scialpinismo in itinerari pubblicati online, sicuramente fa nascere qualche responsabilità in capo al sindaco qualora si verifichi una valanga che travolge l'utente o un sinistro che gli reca danno. È anche vero che, nel caso specifico in questione, un itinerario innevato è soggetto a molteplici variazioni, nonché tempestive, date dalle condizioni meteo e dal passaggio di numerosi passanti che modificano le tracce dei precedenti. Rimane perciò praticamente impossibile rimarcare tempestivamente, ad ogni modifica del sentiero, quali sono i rischi e pericoli che si possono incontrare. Inoltre, è impossibile anche limitare per un tempo indefinito il traffico di utenti su tutta una zona, con lo scopo, da parte della p.a., di tutela in caso di denuncia da parte di chi vuole ottenere dei risarcimenti. Dovrebbe essere implicito assumersi le proprie responsabilità considerando che l'attività che si sta praticando è di per

sé pericolosa e che i pericoli della montagna non sono sempre espliciti ma possono mutare e spostarsi in base a diverse condizioni. Dopo un'iniziale valutazione delle responsabilità che si possono verificare in caso di sinistro da parte dello scialpinista, gli autori considerano le seguenti argomentazioni atte a supportare la volontà di pubblicare tracce su internet, così come era stato posto nel progetto. In primis, chi pubblica le tracce, deve necessariamente fornire esplicitamente informazioni sul fatto che esse non sono per natura e in nessun modo precise, per cui è impossibile farci affidamento totale. Deve essere reso esplicito che le tracce pubblicate non sostituiscono in nessun modo altri strumenti tecnologici indispensabili per pratica scialpinismo, in aggiunta al fatto che è compito dell'utente informarsi sul funzionamento delle tracce GPS caricate sul sito, e in caso esse non dovessero funzionare, nessuno è responsabile del malfunzionamento. Deve essere ben chiaro che esse, inoltre, hanno il solo scopo di arricchire la descrizione dell'itinerario ma non sostituiscono per nulla la conoscenza del luogo, la capacità di orientamento e l'efficacia delle mappe escursionistiche e che di conseguenza, l'utilizzo di queste ultime costituisce una scelta dell'utente e quindi lui è l'unico che ne risponde.

#### **4.3.2 Giurisprudenza svizzera nell'ambito dello scialpinismo**

Nella Confederazione Elvetica le assicurazioni sociali, di fronte a casi di violazione grave di norme di prudenza e sicurezza nel *freeride* e scialpinismo, è prevista una decurtazione della metà delle prestazioni in denaro da parte dell'assicuratore a favore dell'assicurato. Ciò comporta una maggiore assunzione dei rischi e pericoli a cui l'utente potrebbe imbattersi nella pratica di questi sport portando beneficio anche alla collettività, la quale finanzia i premi assicurativi con risorse economiche proprie. In sintesi, come citato all'art. 50 dell'Ordinanza sull'Assicurazione contro gli infortuni, qualora un soggetto si esponga ad un pericolo grave senza averne preso coscienza e quindi senza prendere precauzioni atte ad evitarlo, le prestazioni dell'assicurazione sono ridotte della metà, nulle in casi particolarmente gravi (atti temerari assoluti), ma consentite in caso di salvataggio di persone anche se ritenute temerarie (atti temerari relativi). Nella Costituzione Federale svizzera è citato il principio di *autoresponsabilità*, principio che sembra far valere maggiormente la sua etimologia, diversamente da quanto accade a livello italiano. In virtù

del principio di libertà dell'individuo e alla sua integrità psicofisica, per gli svizzeri vale in concetto di derivazione romanistica "*damnum sentit dominus*", ossia, ogni singolo individuo è responsabile della sicurezza, della protezione della propria persona e dei propri beni, così come diventa responsabile delle conseguenze dannose verificatesi in caso di danno successivamente alla non applicazione di misure adeguate al fine di prevenirne i danni. Questo varrebbe anche per i danni e rischi derivanti dalla natura, secondo cui lo stato non dovrebbe impegnarsi al fine di rendere evidenti pericoli in montagna, di conseguenza, l'utente, che si reca in montagna a fare escursioni, lo fa prendendosi carico e rendendosi consapevole dei rischi in cui può imbattersi. Questo è escluso nell'ambito di un contratto tra guida alpina e cliente, nel quale il secondo si affida totalmente alle competenze di uno specialista della montagna e quindi giustamente pretenzioso di tutela. In Svizzera il principio di *autoresponsabilità* è insito ancora oggi nella mentalità di chi si avvicina alla montagna, non vi è, come in Italia, la pretesa di essere tutelati e risarciti al di là di ogni principio di ragionevolezza. L'*autoresponsabilità* in Svizzera si estende a tutte le fasi di un'escursione, dalla pianificazione e programmazione, alla valutazione delle proprie condizioni fisiche e mentali, all'attrezzatura e all'approvvigionamento, alla scelta del percorso e alla valutazione delle condizioni meteo. Non essendoci, in Svizzera, una norma che disciplini l'attività sciistica su pista, come è avvenuto in Italia con la L. 363/2003, non vi sono neppure indicazioni precise in merito alla responsabilità. Infatti, la giurisprudenza elvetica, si basa su fonti metagiuridiche che comprendono il decalogo della Federazione Sport Invernali (FIS) che comprendono dieci regole comportamentali per lo sciatore, le direttive emanate dalla Commissione Svizzera per la prevenzione degli infortuni sulle piste per sport da neve e quelle emanate dalla Commissione per le questioni giuridiche relative alle discese da sport sulla neve. Queste operano solo su piste battute all'interno dei comprensori, diversamente, al di fuori di esse, la responsabilità rimane in capo all'individuo. La Commissione per le questioni giuridiche relative alle discese da sport sulla neve, ente facente parte delle Funivie Svizzere, ha emanato nel 2019 le nuove direttive in merito alla sicurezza sulle piste nelle quali è citato che, nonostante esse facciano parte di un comprensorio gestito da addetti al settore, vige comunque il principio di *autoresponsabilità* dell'utente che percorre a suo rischio e pericolo le piste battute. Questo concetto appoggia su una solida concezione per la quale, anche se da parte dei gestori vi è garanzia (e deve essere garantita) la massima sicurezza delle piste e protezione all'utenza, non vi è comunque una totale garanzia di sicurezza e protezione, in quanto, come già

ripetuto, la pratica sciistica è di sé una pratica pericolosa. Se già per le piste battute vige il principio di *autoresponsabilità*, per le zone controllate, cioè fuoripista e aree alpine libere per lo svolgimento di escursionismo e scialpinismo, il principio è rimarcato: non esiste nessuna norma che esprima chi è responsabile e in quali casi. Ovviamente però, in queste zone libere, non viene concessa libertà di arrecare danni a terzi senza risultarne responsabili: colui che cagiona danni a terzi è responsabile in virtù dell'articolo 41 del Codice delle obbligazioni elvetico, che corrisponde verosimilmente all'articolo 2043 del Codice Civile italiano. È altrettanto importante considerare che, come per la giurisprudenza italiana, in caso di utilizzo a scopi pubblicitari di immagini o materiale che faccia riferimento alle zone demarcate ci si domanda se ciò comporti una responsabilità. Nel diritto elvetico, si differenzia la pubblicità mirata da quella generica: in quest'ultima la pubblicità è relativa ad un interno comprensorio, ad un territorio così esteso da non poter limitare lo spazio di garanzia di sicurezza e protezione all'utenza. Diversamente, quella mirata, ha come oggetto un territorio limitato e circoscritto entro il quale è maggiormente identificabile un itinerario sul quale ne consegue una maggiore possibilità di garantire sicurezza e protezione. In questa circostanza, dunque, il concetto di *autoresponsabilità*, di fronte a informazioni pubblicate, è in capo al soggetto la valutazione della veridicità di queste ultime sia per quanto si trapela dalle notizie, sia per quanto non si enuncia espressamente. Ovvero, quanto citato nelle direttive della Commissione giuridica delle Funivie Svizzere, denota che messaggi pubblicitari come "*mecca del freeride*", oppure "*meravigliose discese in neve fresca*",<sup>7</sup> siano pubblicità generali; quindi, per natura si assolve da qualsiasi responsabilità il gestore dell'impianto. Ne consegue che, per evitare aspettative errate, non devono essere rappresentate zone demarcate e piste *freeride* su cartelloni di orientamento e tavole panoramiche. Infine, come accade per l'ordinamento italiano, la Legge Federale sui percorsi pedonali e sentieri enuncia che è responsabilità del cantone provvedere alla messa in sicurezza i sentieri, alla sistemazione e alla manutenzione di questi. L'attività può essere delegata ad enti privati, demandando a questo punto anche la responsabilità. Diversamente da quanto accade in Italia, in Svizzera è ben precisa la legislazione sull'individuazione della responsabilità in caso di incidenti o infortuni sui sentieri: è

---

<sup>7</sup> Waldemaro Flick, "*Studio giuridico comparato Italia-Svizzera sulla promozione della pratica dello scialpinismo tra la Valle del Gran San Bernardo e la località svizzera di Verbier*", a cura di Camilla Beria di Argentine, Aosta: Musumeci, 2020

responsabile il proprietario dell'opera. In questo senso si intende che nel caso di *SkiAlp GSB*, in cui l'attività di creazione e pubblicazione di itinerari ben precisi, benché disposti su un ampio territorio, è delegata ad enti privati, ne consegue che la responsabilità ricada in campo a questi enti, qualora dimostrino che gli incendi siano avvenuti per casi fortuiti e che essi abbiano fatto tutto quanto di utile per prevenire il danno.

## **CAPITOLO 5**

### **Considerazioni finali**

#### **5.1 Lo scialpinismo è uno sport primaverile**

*SkiAlp GSB* nasce in un territorio alpino i cui attori economici locali fanno fatica ad emergere, a maggior ragione nel periodo di bassa stagione che coincide con i primi periodi della primavera fino all'arrivo del caldo. In questi periodi riescono a lavorare a stento solamente durante il fine settimana. *SkiAlp GSB* sarebbe quindi un'ottima opportunità di guadagno per tutti anche in questi periodi, considerando che lo scialpinismo è uno sport che non si pratica solamente in inverno. È lo stereotipo comune che spinge a pensare dello sci come uno sport che si pratica in inverno, ma questo non è del tutto applicabile per quanto concerne lo sci alpinismo. In effetti, quando si avvicinano i mesi di marzo e aprile e le giornate si allungano e sono più soleggiate, quando per lo sci alpino e lo sci nordico giunge il momento di fine stagione, per i veri amanti dello sci alpinismo questo è il periodo culmine in cui praticare questa disciplina: la temperatura del primo mattino è ancora pungente e ciò fa sì che la neve, anche a bassa quota, sia ancora dura, anche se talvolta ghiacciata, mentre la neve in alta quota, anche in tarda mattinata, può offrire le migliori condizioni per la discesa. A conferma di ciò, infatti, quasi la totalità delle gare, anche a livello mondiale, si praticano intorno ai mesi di marzo e aprile. Basti pensare alle due gare

valdostane più famose che si alternano annualmente, il *Tour du Rutor* o il *Trofeo Mezzalama*, entrambe svolte a cavallo tra marzo e aprile. Inoltre, pensando allo scialpinismo primaverile, si potrebbe diffondere *SkiAlp GSB* anche agli altri paesi della Valle del Gran San Bernardo, dotati, sebbene in numero limitato, di pendii adatti allo scialpinismo limitatamente nei periodi di fine inverno e in primavera, in cui le condizioni della neve ne permettono la pratica. Anche in passato i migliori scialpinisti dell'epoca si accorsero di questo: uno di cui parla dello sci primaverile è Preuss. Egli fu un amante dello sci invernale, in effetti, il manto nevoso creatosi dopo una bella nevicata soffice fa invidia anche agli amanti dello sci attuali. Ciononostante, Preuss ben presto si accorse che le gite primaverili hanno molto di più da offrire rispetto a quelle invernali. Una di queste gite primaverili fu l'ascesa alla *Tresenta* (3608m), il *Grand Combin* (4314m) e il *Gran Paradiso* (4061m). Un altro grande scialpinista che esalta la stagione più adatta a questo sport è *Mezzalama*. Anche per lui la primavera è capace di regalare soddisfazioni ed emozioni profonde per chi ama la montagna. È anche vero però, che in primavera, come in inverno, ma in maniera più accentuata per via dei maggiori e repentini cambiamenti climatici, i pericoli aumentano e il livello di attenzione deve essere al massimo. È anche questo che qui ci si ricollega al concetto di "scialpinista completo" e al fatto che è essenziale educare ed informare le persone, anche attraverso eventi o corsi di formazione, al fine di aumentare il livello di consapevolezza dei rischi di montagna e al fine di diffondere l'importanza dell'immagine di uno scialpinista che sappia praticare in modo più sicuro e corretto possibile lo sci in montagna, in qualsiasi condizione egli si trovi.

## **5.2 Quale diritto applicare in un territorio transfrontaliero?**

A questo punto è spontaneo un quesito: trattandosi di un progetto transfrontaliero, *SkiAlp GSB* si trova di fronte ad un problema giuridico su quale diritto applicare in caso di sinistri che si possono verificare sull'altro versante. Il problema poi si articola se si dovesse trattare di individui di nazionalità e residenza diverse. Ad esempio, in caso di sinistro di un individuo italiano sul territorio svizzero causato dalla responsabilità di un'altra persona, se al danno venisse applicato il diritto italiano, all'individuo verrebbe riconosciuto il cosiddetto "danno biologico" con relativo generoso risarcimento. Diversamente, se al danno venisse



applicato il diritto elvetico, non verrebbe riconosciuto un risarcimento o, se ammesso, di entità decisamente inferiori rispetto a quello previsto dall'ordinamento italiano. Per ovviare a questo dubbio l'Unione Europea ha emanato un Regolamento, n.864 del 2007, conosciuto come "*Roma II*", in cui si stabilisce all'articolo 4 che si applica il diritto del Paese in cui si è verificato un danno. Ovvero, nel caso di un italiano che subisce un danno in Svizzera, ad egli verrà applicato il diritto svizzero. Inoltre, il Regolamento sancisce che se il presunto responsabile del danno e la parte lesa risiedono nel medesimo Stato, si applica il diritto dello Stato stesso. Tuttavia, sono da considerare le norme di sicurezza vigenti in quel momento e in quel luogo nella valutazione del comportamento del presunto responsabile. Le norme del detto Regolamento sono applicate dagli Stati europei anche nei confronti di Stati extraeuropei. Inoltre, oltre la responsabilità contrattuale si aggiunge in capo ad una guida la responsabilità extracontrattuale, nel caso in cui un utente si avvalga di essa per gite transfrontaliere. A supporto di ciò vi è da considerare che tra professionista della montagna e cliente scialpinista si instaura un rapporto contrattuale che ha per oggetto la prestazione di servizi, il quale trova riferimento normativo in capo al Regolamento europeo n. 593/2008. Il Regolamento cita che tale contratto tra le parti è disciplinato dalla Legge scelta tra le parti; per contro, in mancanza di una scelta comune, si applica la legge del Paese nel quale il prestatore di servizi ha la residenza abituale. Infine, in caso di condotta penale, viene applicata la legge del luogo in cui si è verificato l'illecito.

### **5.3 *SkiAlp GSB*: lo scialpinismo come "*prodotto*" turistico**

Lo scialpinismo così come concepito nell'ottica del Progetto *SkiAlp GSB*, ovvero come "*prodotto*" turistico, genera diverse connotazioni. Il concetto di *prodotto*, infatti, può essere letto secondo diverse logiche e punti di vista: nel settore manifatturiero la logica del prodotto segue una linea diversa rispetto a quella concepita nel settore turistico. Inoltre, si nota come nel caso di *SkiAlp GSB*, sia notevolmente marcato l'approccio del *coproduction*, il quale in effetti coinvolge in linea generale la logica del prodotto tipica del settore dei servizi. Per quanto riguarda poi lo scopo di *SkiAlp GSB* di costituire una destinazione per il prodotto scialpinismo è doveroso citare l'attività di *Destination management*, la quale è più che fondamentale in questo contesto al fine di definire una linea generale per il turismo

locale. Anche su questo aspetto l'attività turistica si distingue da quella delle altre attività tipiche del settore dei servizi: il *Destination management*, infatti, è simile a quella del *Service management* ma è adattata al settore turistico. Considerando infine la prossima scadenza della gestione, attualmente pubblica, del Progetto *SkiAlp GSB*, si sono espresse diverse implicazioni a riguardo, che sono delineate meglio nei prossimi paragrafi.

### **5.3.1. Dalla logica *del prodotto*, tipica dei settori manifatturieri, alla logica del prodotto nel settore turistico**

Il settore turistico appartiene al settore terziario, ovvero a quella parte di economia che si basa sulla generazione di servizi, i quali possono incorporare dei beni tangibili oppure no. È proprio su questo punto che si può affermare che il settore in questione si appoggia su elementi diversi da quelli su cui si appoggiano gli altri settori manifatturieri. Considerando ad esempio il settore industriale, la natura intrinseca del settore implica la produzione di un bene fisico, risultato dell'organizzazione di una filiera specializzata verticalmente. D'altro canto, il settore dei servizi non concorre sempre alla produzione di un bene fisico, in quanto può generare ad esempio un trasporto, una rete di comunicazioni o dei servizi assicurativi. L'elemento in comune tra i settori manifatturieri, e in generale tra i settori dei servizi, ad esclusione di quello turistico, è quello per cui tutte le imprese appartenenti ad un determinato settore concorrono a produrre lo stesso bene o erogare lo stesso servizio mediante un sistema di attività unico basato su attività primarie e attività di supporto, così come definito dalla Catena del Valore di Porter. Ad esempio, considerando un distretto industriale basato sul settore tessile, oppure un distretto di servizi basato sul servizio assicurativo, all'interno di questi le imprese si caratterizzano per la specializzazione in quel determinato bene, pur comprendendo diversi livelli di specializzazione all'interno della stessa filiera. Ciò è dato dall'insieme delle competenze tecnico pratiche unite alle capacità imprenditoriali, gestionali e commerciali di ognuna delle aziende appartenenti al settore. In questa visione, si può dire che il successo di un'azienda appartenente ad un settore della filiera industriale o quella dei servizi dipenda dall'offerta del prodotto da parte dell'azienda stessa. Questo approccio è identificato con il termine *supply-side*, che si differenzia

dall'approccio *demand-side* che, d'altro canto, identifica maggiormente il settore turistico<sup>8</sup>. In quest'ultimo, infatti, l'analisi di mercato privilegia l'esigenza del cliente, ovvero del turista, il quale costituisce esso stesso l'elemento che concorre alla definizione del settore. In altri termini, è il turista stesso che, con il suo comportamento e le sue scelte, unisce gli elementi e i fattori di attrattiva presenti sul territorio, costruendosi un proprio prodotto, adatto alle sue esigenze e costruito sulla base dei propri interessi. In sintesi, se in tutti i settori del mercato è l'impresa che deve impegnarsi ad attirare verso di sé il cliente, nella filiera turistica è sempre stata accettata l'idea che un determinato luogo offra dei servizi utili al soggiorno del cliente; successivamente, sta a quest'ultimo decidere se quel tipo di servizio è adeguato oppure no. Così facendo è il cliente, cioè il turista, che definisce cosa è per lui il prodotto turistico. Inoltre, la prospettiva di *prodotto turistico*, tipica del relativo settore, è costituita da molteplici e differenti tipi di prestazioni che si rivolgono alla stessa tipologia del cliente. Ciò avviene in modo differente rispetto agli altri settori dell'economia, caratterizzati infatti per essere mono-settoriali. Il settore turistico riunisce in sé molti settori: dal settore alberghiero a quello ristorativo, dal servizio assicurativo a quello dei trasporti ecc. È proprio per questa sua particolare essenza che tale settore è un settore maggiormente complicato da gestire, poiché si tratta di servizi intangibili che rientrano in una filiera organizzata orizzontalmente, in cui tutti concorrono allo stesso modo ad erogare un servizio. Nel caso di *SkiAlp GSB*, il cui intento del progetto è quello di trasformare lo scialpinismo in un prodotto turistico, l'approccio non rientra totalmente nella visione *deman-side* tipica di questo settore. Nello studio del caso in questione, infatti, non è solamente il turista che conferisce valore al luogo attraverso la pratica dello scialpinismo. La creazione del prodotto scialpinismo qui è vista piuttosto nell'ottica *supply-side*, tipica della filiera manifatturiera, il cui prodotto è definito tale da chi lo produce, e non da chi lo compra. In altre parole, l'intento è quello di unire prodotti fisici, servizi ed esperienze turistiche, al fine di costituire un prodotto realizzato dalla cooperazione degli operatori turistici locali sul territorio della zona del Gran San Bernardo, con lo scopo di costituire una rete di elementi che concorrano allo sviluppo e all'attrazione dei clienti.

---

<sup>8</sup> Carmine Tripodi, "Costruire il successo delle destinazioni turistiche, Destination management e strategie di sviluppo del territorio", Milano: Egea, 2017

### 5.3.2 Costruzione di un *sistema di prodotto turistico* secondo la logica del *coproduction*

Il turismo nella Valle del Gran San Bernardo ha da sempre beneficiato degli intrinseci fattori di attrattiva territoriale per gli sciatori e gli appassionati di montagna: ciò ha portato gli operatori economici locali ad approfittare del flusso di turismo per proporre attività che soddisfacessero le esigenze dei turisti che avevano già raggiunto la destinazione per un altro scopo, ovvero quello di sciare. Il ruolo degli attori commerciali era così un ruolo passivo e secondario, proprio di chi si adatta e si avvale della situazione vantaggiosa del territorio in cui si opera. *SkiALp GSB*, date le conseguenze negative sull'andamento dell'economia che in questi ultimi anni ha fatto diminuire il flusso di turisti provenienti in quest'area, si è proposto l'intento di sviluppare il territorio rendendo protagonisti gli operatori economici, nonché generatori di decisioni strategiche condivise per rendere lo scialpinismo un'offerta di attrazione territoriale. In questa prospettiva, *SKiAlp GSB* potrebbe rientrare, qualora il progetto sarà continuato nel tempo, nell'ottica degli studiosi che vedono la destinazione come "*sistema locale di offerta turistica*" (SLOT). Il concetto appena citato è stato sviluppato da due studiosi, Tamma e Rispoli, nel 1995, i quali spiegano che "*SLOT*" coincide all'"*insieme di attività e fattori di attrattiva che, situati in uno spazio definito (sito, località, area), siano in grado di proporre un'offerta turistica articolata e integrata, ossia rappresentino un sistema di ospitalità turistica specifica e distintiva che valorizza le risorse e la cultura locale*"<sup>9</sup>. Per i due studiosi, quindi, una destinazione è tale quando vi è un'offerta turistica "articolata e integrata"; ovvero, essa esiste limitatamente a quei territori che sono ben gestiti da operatori economici i quali lavorano integralmente e offrono un prodotto chiaro e definito. In questo senso, la logica di prodotto è supportata da una prospettiva di *coproduction*, nella quale diversi soggetti, seppur anche appartenenti a diversi settori, concorrono a produrre un unico risultato, in virtù della condivisione di una visione comune di sviluppo e un simile concetto di attrazione del turista. Si pensi, cioè, ancor più che ad un *prodotto turistico*, ad un *sistema di prodotto turistico*<sup>10</sup>. Il concetto di sistema, infatti, rende maggiormente l'idea che non si tratta esclusivamente di un unico risultato materiale generato da un unico soggetto bensì, esso esprime un concetto che

---

<sup>9</sup> Rispoli, Tamma, 1995

<sup>10</sup> Carmine Tripodi, "*Costruire il successo delle destinazioni turistiche, Destination management e strategie di sviluppo del territorio*", Milano: Egea, 2017

implica la cooperazione tra diversi attori al fine di generare un'unica strategia che raggiunga le esigenze del cliente. La prospettiva del *coproduction* è adattabile non solo alla filiera turistica, bensì essa è ormai presente in qualsiasi altro tipo di filiera: si pensi al settore commerciale, nel quale la vendita di un prodotto è allineata ad una serie di altre attività di marketing di supporto alla vendita stessa del bene. La logica del *coproduction* non implica esclusivamente la cooperazione tra gli attori economici interessati alla produzione di un unico bene, bensì è di rilievo anche la figura del cliente, o del turista come in questo caso. Il cliente finale acquisisce un ruolo fondamentale, poiché tutte le attività che ruotano attorno alla costruzione di un bene, sono modellate sul tipo di cliente a cui esso si rivolge. Lo stesso è presente nella logica del turismo, in cui i singoli prodotti turistici di ciascun attore commerciale operante in un determinato territorio, deve essere in linea con gli altri generati dagli attori. Ad esempio, a livello di destinazione, tutti gli attori dovrebbero generare attività che riguardino un unico tipo di clientela: per SkiAlp GSB, infatti, gli attori economici locali si impegnano a generare attività e ad attrarre un tipo di cliente sportivo, che nel tempo libero si reca in loco per divertirsi e porta con sé tutta una serie di esigenze che la destinazione deve cogliere e saper gestire. In sintesi, in una destinazione turistica, tutti gli attori devono essere in armonia e cooperare in sinergia secondo la logica del *coproduction* al fine di generare un sistema lineare che porti alla costituzione di un prodotto turistico globale capace di attrarre il maggior numero di turisti nella destinazione stessa.

### **5.3.3 Dalla logica di *Service management* a quella di *Destination management***

Un'ulteriore differenza tra il settore generale dei servizi e quello particolare del settore turistico si esprime nell'ambito del *management*: generalmente, si applica la logica del *Service management* nel campo dei servizi, ma in particolare si applica quella del *Destination management* in campo turistico. La figura del *Service manager* ricopre un ruolo importante all'interno delle aziende che operano nel settore dei servizi in quanto è responsabile della definizione del servizio che un'azienda intende offrire. Il *Service manager* è anche colui che offre consulenza accordando la gestione del servizio su più livelli

all'interno di un'azienda e si occupa di valutare la soddisfazione dei clienti per riadattare la sua strategia al fine di allineare il business dell'azienda verso l'esigenza specifica del cliente. Se per il settore dei servizi esiste questa figura, per il settore del turismo è prevista la figura del *Destination manager*, ovvero un consulente in materia turistica che deve saper ottimizzare le risorse umane ed economiche presenti su un territorio al fine di valorizzare e rilanciare una destinazione turistica. Deve innanzitutto procedere con un'attenta valutazione della situazione turistica già presente, della condizione delle attività o dei luoghi di attrazione del luogo, nonché generare ipotesi sulla possibile concorrenza che si possa presentare. Inoltre, deve presentare un progetto di rilancio turistico con l'obiettivo di far condividere la stessa visione di attrattiva tra gli attori economici locali. Il *Destination manager* può essere un consulente esterno oppure essere integrato nei processi decisionali di un'azienda pubblica. Il ruolo degli attori istituzionali, per il settore manifatturiero, è da considerarsi piuttosto indiretto, in quanto essi non partecipano alla definizione della filiera e nemmeno alle strategie imprenditoriali proprie di ogni impresa. Essi, al massimo, contribuiscono a supportare ed incentivare lo sviluppo rendendo il contesto favorevole all'economia di uno specifico settore. D'altro canto, non si può affermare lo stesso per il settore turistico, in cui gli attori istituzionali pubblici svolgono un ruolo diretto e attivo nella definizione di strategia turistica. Ciò che differenzia la filiera turistica da quella degli altri settori, è infatti il ruolo degli attori istituzionali, che si ritiene piuttosto attivo nella strategia di *Destination management*. Infatti, come avviene anche per *SkiAlp GSB*, le istituzioni pubbliche partecipano attivamente nella definizione della strategia di rilancio del settore turistico del territorio, considerando e adattando al meglio le strategie delle singole imprese con quelle della destinazione. Mussner, Pechlaner e Schoenhuber, nel 1999, individuano nelle istituzioni pubbliche il ruolo di "organismo di meta-livello"<sup>11</sup> fondamentale ed indispensabile, nonché capace di coordinare la gestione degli operatori economici che controllano e gestiscono a loro volta i fattori di attrazione di una destinazione turistica. Anche in questa prospettiva, *SkiAlp GSB* attualmente rientra nel concetto proposto dai tre studiosi: le istituzioni pubbliche valdostane sono state promotrici di un progetto che loro stesse hanno avviato e, rientrando esse nel "Comitato di Pilotaggio", investono il ruolo di coordinatori e gestori delle attività dell'intero progetto.

---

<sup>11</sup> Mussner, Pechlaner e Schoenhuber, 1999

#### **5.4 Le implicazioni dell'approccio *Destination management* in termini di *Governance***

Il progetto è stato istituito sotto forma di politica pubblica, comprendente un insieme di regole adottate da enti pubblici atte a governare un sistema territoriale, economico e sociale che, seppur di piccole dimensioni risulta comunque complesso. L'obiettivo di tale politica è quella di rendere concreto un interesse generale a livello territoriale ed economico e tradurlo in un'attività di sviluppo territoriale. L'impronta di questa politica pubblica è intesa nel contesto di *governance*, ossia all'insieme di decisioni prese da diversi enti autonomi originate dalle capacità di ognuno di orientare i propri comportamenti verso obiettivi comuni e di interesse generale. L'approccio di tale *governance*, infatti, è basato sulla capacità di rendere espliciti gli interessi e le motivazioni comuni in modo trasparente e creare sinergie tra i soggetti. In linea generale, il ruolo di guida dei processi di *governance* che riguardano un territorio, in particolare in ambito turistico, è riconosciuto in capo alla pubblica amministrazione, la quale acquisisce il compito di incentivare i soggetti coinvolti ad attivare decisioni condivise. Infatti, in *SkiAlp GSB*, il ruolo di attivatore di processi decisionali e gestionali è riconosciuto nei due capofila, ovvero il Comune di *Saint-Rhémy en Bosses* e il Distretto di *Entremont*, i quali, di concerto con tutti gli altri partner, incentivano la creazione di una rete di operatori economici che possano in futuro prendere decisioni per la continuazione del progetto. Il processo che guida tale politica pubblica è un processo *bottom up*, ovvero, nella definizione del progetto, sono stati considerati problemi e squilibri tra attori economici al fine di definire un contesto in cui essi possano operare in armonia e complementarità al fine di creare situazioni vantaggiose e a loro favorevoli. Infine, *SkiAlp GSB* nella sua fase di attuazione segue i passaggi di una politica pubblica: dopo un'attenta analisi dell'ambiente e considerando gli interessi degli operatori economici locali si è passati alla fase della generazione di alternative valide a supportare l'imprenditoria locale ipotizzando e decidendo di avvalersi del patrimonio naturale con lo scopo di dare riscontri positivi all'economia del posto. Una volta decise le attività e riconosciuti gli enti adatti ad eseguirle, è prevista la fase dell'implementazione delle decisioni prese, in cui *SkiAlp GSB* ha attuato i piani di lavoro predisposti dal progetto iniziale. In questa fase sono inoltre state previste delle attività di monitoraggio e sono state rese le prime valutazioni conseguenti alle iniziali attività perseguite. Essendo *SkiAlp GSB* un progetto ancora in fase di attuazione

fino al 2022, non si sono ancora potute eseguire le valutazioni complessive del piano. Trattandosi di un ciclo, le politiche pubbliche prevedono al termine della loro attuazione, una rivalutazione dell'ambiente originale con lo scopo di analizzare e valutare i cambiamenti che si sono riscontrati dopo l'esecuzione delle decisioni prese. Ovviamente, per quanto riguarda *SkiAlp GSB* non si può ancora rivalutare i riscontri che si sono prodotti nel contesto in cui esso nasce, a maggior ragione perché la fase di implementazione delle attività è stata interrotta per via di forze maggiori causate dall'epidemia *Covid-19*. I primi risultati saranno evidenti a partire dall'anno prossimo in cui ci si auspica che la pratica dello scialpinismo possa seguire il suo corso senza essere nuovamente interrotta. In virtù dell'approccio di *governance* adottato nell'elaborazione di *SkiAlp GSB*, che vede la collaborazione tra istituzioni pubbliche, attuali "direttori" del progetto, e i privati, sorgono alcuni dubbi, che verranno esaminati nel dettaglio nei prossimi paragrafi, circa l'evoluzione della gestione del progetto.

#### **5.4.1 Dalla gestione pubblica del Progetto ad una gestione privata**

Così come progettati, i principi e gli obiettivi di *SkiAlp GSB* rientrano in quello che si è definito precedentemente "*Sistema Locale di Offerta Turistica*". Tuttavia, il progetto di politica pubblica terminerà nel 2022 e di conseguenza a quel punto la gestione del prodotto turistico sarà demandata agli operatori economici locali, riuniti nell'associazione che hanno costituito durante questi anni, così come previsto dal programma di lavoro. Dal 2022, quindi, *SkiAlp GSB* dovrà dare prova di continuità di quanto eseguito finora dalle amministrazioni. Questo costituisce un primo scoglio all'evoluzione di *SkiAlp GSB* per diversi motivi. Innanzitutto, si passerà da una gestione pubblica del progetto, ad una privata: ciò significa che attualmente *SkiALp GSB* è finanziato con fondi pubblici europei e nazionali e tutte le attività eseguite, e quelle ancora da eseguire, hanno potuto e potranno essere completate così come progettate nel piano di lavoro. Diversamente, in futuro la gestione del progetto dovrà essere finanziata privatamente. Ovviamente, i finanziamenti pubblici sono stati più che ragionevoli dal momento che si tratta dell'avvio di un progetto di destinazione turistica specifico e articolato, sebbene sia circoscritto ad un territorio limitato nelle sue dimensioni. Inoltre, si tratta di un progetto unico che non ha eguali;



perciò, non si poteva far riferimento ai costi di gestione relativi ad un altro progetto simile. Le capofila, insieme ai partner, si sono quindi avvalse del finanziamento pubblico per avviare ed impostare il progetto, nonché eseguire quante più attività possibili per agevolare la gestione futura del progetto. Dal 2023 sarà compito degli operatori economici locali finanziare privatamente le attività da eseguire a supporto della continuità del progetto e ciò potrebbe costituire una prima sfida che rispecchia la situazione di crisi economica multisetoriale presente nella società e particolarmente marcata nel settore turistico.

#### **5.4.2 Investire in una destinazione turistica in un periodo di crisi economica**

Trattandosi poi di una zona di montagna transfrontaliera, la crisi economica dovuta all'epidemia *Covid-19* è stata particolarmente risentita nelle strutture alberghiere e della ristorazione, ma anche dai liberi professionisti della montagna, come maestri e guide alpine, che non hanno potuto esercitare normalmente la loro attività; di conseguenza, essi sono stati particolarmente penalizzati dalla situazione della quale ancora oggi si subiscono le conseguenze. Bisogna anche sottolineare che, al momento, tutti gli operatori dell'associazione recentemente costituita sono favorevoli e si rendono partecipativi nella promozione di *SkiAlp GSB*: essi partecipano attivamente a riunioni e conferenze per far conoscere le proprie idee e per proporre iniziative. L'unione e lo spirito di comunità sicuramente costituiscono un ottimo supporto, considerando il periodo di crisi, alla pubblicizzazione del progetto. Inoltre, è fondamentale affermare la continua concertazione tra le amministrazioni con ogni singolo operatore economico al fine di sensibilizzarli all'importanza di *SkiAlp GSB*, e sui ritorni economici che possono derivare da un buon funzionamento delle attività di comunicazione e promozione, nonché di organizzazione di eventi e manifestazioni. Come già più volte ribadito, *SkiAlp GSB* nasce in un contesto alpino, su un territorio di poche centinaia di residenti. Ciò significa che l'attività di sensibilizzazione può avvenire senza troppe difficoltà a raggiungere tutti gli interessati: da parte dell'amministrazione, è possibile accogliere richieste da parte di ognuno dei trenta operatori economici che costituiscono l'associazione. In un tale periodo di difficoltà economica è doveroso considerare anche le complicazioni insite nei processi decisionali, particolarmente marcate quando devono essere messi in gioco finanziamenti privati e

pubblici, dovute al clima di incertezza politico ed economico che ci circonda. Tuttavia, spiccate attività di sensibilizzazione e attività strategiche di marketing, insieme ad un buon funzionamento della *governance* e al coinvolgimento attivo degli interessati, può sicuramente generare effetti positivi sul futuro della politica pubblica. Questi sono tutti elementi che costituiscono sicuramente fattori a favore della continuità di *SkiAlp GSB*: d'altro canto, un saldo ostacolo che si presenta a livelli esponenziali nelle zone rurali è la fragilità di uno spirito imprenditoriale in capo ai gestori delle attività economiche.

### **5.4.3 Lo scarso spirito imprenditoriale nei territori alpini**

Purtroppo, è un dato di fatto che le zone rurali, in particolare quelle alpine, si presentano poco favorevoli ai cambiamenti: ciò è causato dal clima di incertezza dovuto alla posizione in cui essi sorgono, sfavorevole per diversi motivi; tra cui, per citarne alcuni, la difficoltà di accesso ai servizi, i continui cambiamenti climatici o la mentalità “chiusa” degli abitanti del posto. Il finanziamento privato e la mancanza di spirito imprenditoriale e innovativo degli attori economici locali si presentano come seri ostacoli alla continuazione di *SkiAlp GSB*. Tuttavia, l'amministrazione non intende che il progetto venga svalutato e abbandonato con il tempo, nemmeno essa ha intenzione che il progetto venga acquisito a livello regionale o da altri enti privati di rilievo che non hanno nessuna attinenza con il territorio; in effetti, se fosse questo il futuro di *SkiAlp GSB*, esso perderebbe la sua essenza di progetto nato per supportare le piccole imprese locali. Al fine di incentivare l'imprenditoria montana e supportare il rischio di impresa degli attori economici che operano in territori montani, sarebbe opportuno, come di fatto questo già avviene in altre situazioni, che l'amministrazione incentivi l'associazione, attraverso incentivi economici o agevolazioni finanziarie, o ancora, occupandosi essa stessa del finanziamento di alcune opere, al fine di mantenere attiva la volontà di proseguire i principi e le attività di *SkiAlp GSB*. Ad esempio, il Comune, avvalendosi anche del sostegno degli altri comuni già partner del progetto, oppure ipotizzando di far rientrare anche gli altri Comuni della Valle del Gran San Bernardo, in virtù delle competenze in materia turistica, potrebbe intervenire su alcuni elementi che esulano le sfere di competenza dei singoli operatori privati ma che risultano rilevanti per la costruzione di un prodotto turistico. In altri termini, se da parte delle amministrazioni locali

vi è un espresso intento di collaborare al fine di ottenere risultati migliorativi in campo turistico, ciò può influenzare positivamente l'atteggiamento degli operatori economici che accetterebbero di collaborare attraverso nuove proposte e azioni favorevoli allo sviluppo. In effetti, il vantaggio competitivo di una destinazione turistica è dettato anche da un alto livello di imprenditorialità locale, dal buon funzionamento della *governance* e dalla qualità della cooperazione tra gli operatori economici stessi e tra essi e i cittadini. Al fine di valorizzare lo spirito imprenditoriale degli attori economici nelle aree montane, potrebbero essere utili attività formative e informative che diffondano strategie e azioni che permettano loro un maggior ritorno economico. Inoltre, una destinazione turistica raggiunge un certo livello di notorietà che dipende dalla ricchezza e dalla qualità del capitale territoriale<sup>12</sup>. Tale concetto è inteso come l'insieme di beni immateriali, come il capitale umano, ovvero l'imprenditorialità e la creatività, o il capitale relazionale, che riguarda la capacità di collaborare e cooperare, o ancora il capitale sociale, inteso come modello di comportamento, valori e rappresentazioni; ai beni immateriali si aggiungono i beni materiali, come le risorse naturali, patrimoniali e artificiali, le reti di comunicazione, le infrastrutture e tutti gli altri elementi che costituiscono una società. Più l'insieme di questi beni è valorizzato, più essi contribuiscono a rendere un territorio attrattivo per altre imprese o, come in questo caso, contribuisce a rendere una destinazione turistica attrattiva e rinomata. Al fine di raggiungere un buon livello di capitale territoriale, oltre ad incentivare l'imprenditorialità e la creatività, è utile anche valorizzare i beni materiali presenti su un territorio. È il caso ad esempio dei trasporti, fondamentali in una zona di montagna non facilmente accessibile da tutti in tutte le condizioni climatiche, o dell'arredo comunale. In virtù del fatto che anche il concetto di *bello* contribuisce notevolmente alla costituzione di un fattore di attrazione, soprattutto nel settore turistico, sarebbe fondamentale che l'amministrazione locale si adoperi affinché le piazze, le strade, i borghi e i luoghi comuni di un paese siano curati e resi particolarmente attrattivi per i turisti.

---

<sup>12</sup> Camagni, 2001

#### 5.4 Attività di *destination branding*

Il marketing per il settore turistico comprende tutte le attività di comunicazione e promozione orientate verso un unico obiettivo: sviluppare la destinazione turistica. Per fare ciò, è utile la costruzione di un *brand* del prodotto. Secondo l'*American Marketing Association* (AMA), una marca è “un nome, termine, segno, simbolo, disegno, o una combinazione di questi elementi, che ha lo scopo di identificare i beni e i servizi di un venditore, o di un gruppo di venditori, differenziandoli da quella della concorrenza”. In realtà, dietro alla costruzione di un *brand* vi è molto di più: un brand, una marca cioè, definisce il grado di effettiva consapevolezza, reputazione e rilievo che caratterizza il prodotto da essa identificato rispetto agli altri prodotti esistenti nel mercato<sup>13</sup>. Il caso di *SkiAlp GSB* definisce l'intento di proporre un prodotto nuovo sul mercato e quindi aumentare il livello di *awareness* del *brand* stesso e del prodotto. Per *SkiAlp GSB* si può dire che si tratta di un *brand* ancora in fase di espansione, ai primi stadi del suo sviluppo, e l'attività di comunicazione sta iniziando ad assumere maggiore rilievo. In effetti è proprio agli esordi del lancio di un prodotto, finito, che la comunicazione deve essere massima e ben precisa, nonché orientata ad una clientela specifica. Nel caso di *SkiAlp GSB*, i professionisti che si occupano di comunicazione del prodotto, hanno già fatto pubblicità per informare e sensibilizzare gli utenti su ciò che si stava creando. Essi hanno utilizzato, come già riportato nel capitolo dei risultati del progetto, diversi canali come riviste, articoli di giornale, pubblicità sotto forma di notizie televisive e immancabilmente sul web. In un colloquio con il Sindaco del Comune italiano capofila, è emersa la volontà, in questo lasso di tempo e durante l'anno prossimo, di massimizzare l'attività di comunicazione attraverso le pubblicazioni di articoli informativi e inserzioni su riviste sia italiane, sul noto quotidiano *Netweek “La Vallée”* e sulla nota rivista del settore scialpinistico “*Skialper*”, sia su riviste e quotidiani svizzeri, come la “*Nouvelle Liste*”. Inoltre, intenzione del CO.PIL è quella di proseguire l'attività di *social media marketing* su *Instagram*, *Facebook* e *YouTube*, nonché sul sito *Gulliver* e relativa applicazione. Ad ora, l'attività è svolta dai professionisti, ma una volta concluso essa dovrà essere delegata all'associazione. Uno dei prossimi obiettivi, a detta del Sindaco, è quello di terminare i lavori di progettazione del sito vero e proprio di *SkiAlp GSB*. Collegandosi alla piattaforma *Youtube*, è interessante sottolineare come sono

---

<sup>13</sup> Keller, Busacca, Ostillio, “*La gestione del brand, strategie e sviluppo*”, Milano, Egea, 2005

già stati pubblicati dei video, della durata di pochi minuti, eseguiti da professionisti, che enfatizzano lo scialpinismo e il territorio circostante. Dai video su *YouTube*, si potrebbero utilizzare altre forme di comunicazione di livello più importante, con il sostegno degli enti pubblici, come ad esempio accogliere set cinematografici sul posto utilizzandoli come strumenti di promozione territoriale. Questa è un'ipotesi di gran lunga più ardua da realizzare ma non di certo impossibile: alcuni film sono stati girati a Gressoney o Aosta, Cervinia invece è luogo di "*Cervino CineMountain Festival*", un evento in cui vengono trasmessi film aderenti al tema della montagna. L'utilizzo delle community è poi un altro passo fondamentale per la comunicazione: *SkiAlp GSB* non per altro si è avvalsa della piattaforma *Gulliver*, una community di migliaia di persone unite dall'interesse per gli sport di montagna. L'applicazione sviluppata dai professionisti, collegata alla pagina di *SkiAlp GSB* ad essa riservata su *Gulliver*, è un altro degli elementi fondamentali della comunicazione. Sull'*app*, sono inseriti itinerari, informazioni utili e l'elenco dei servizi presenti sul territorio: tuttavia, potrebbero essere proposti elementi aggiuntivi da inserirvi. Ad esempio, potrebbe essere ipotizzabile l'inserimento di eventi ed iniziative a cui partecipare nella zona, oppure inserire un servizio di *booking* per prenotare, direttamente dall'applicazione, pernottamenti nelle strutture alberghiere oppure una guida alpina per un'escursione. Inoltre, potrebbe essere utile all'interno dell'*app* inserire un link diretto al sito del Comune, che deve quindi essere sempre aggiornate, al fine di raccogliere informazioni utili riguardo a servizi di tutti i tipi. In aggiunta a quanto detto, una delle strategie di comunicazione più coinvolgente, è sicuramente l'organizzazione di eventi e manifestazioni che possano attirare quante più persone possibile, al fine di aumentare l'appeal degli utenti. In merito a ciò, nel colloquio sostenuto con il Sindaco, è emersa anche l'intenzione di organizzare eventi di promozione, come l'evento di *Skialper* della nota rivista citata precedentemente. Durante l'evento organizzato su più giorni è prevista una ricognizione di alcuni tracciati, al termine della quale verrà organizzata una competizione non competitiva aperta a tutti. Logicamente, avvalendosi della pubblicità svolta dalla nota rivista, si presume che così facendo si possa raggiungere un numero notevole di interessati nel settore. Anche la gara riproposta nel 2020, il *Memorial Fiou*, sebbene non rientri nel progetto *SkiAlp GSB*, integra a suo modo la comunicazione della destinazione turistica, a maggior ragione in quanto sponsorizzata e rappresentata da *brand* forti posizionati nell'ambiente sportivo. Si prevede infatti che gli eventi da qui in avanti organizzati seguano l'organizzazione di questa competizione, coinvolgendo un numero adeguato di *brand* sportivi riconosciuti. Infine,

dall'intervista con il Sindaco di *Saint-Rhémy en Bosses*, è emerso l'impegno nel posizionamento di un altro bivacco di legno, costruito da una nota azienda valdostana, nei pressi del *Colle Serena* e uno ulteriore, a spese dell'amministrazione, nei pressi del *Mont Fourchon*, due delle mete più ambite tra gli scialpinisti italiani e anche svizzeri.

## **5.5 Tour Operator nazionali ed internazionali e revisione del T.U.E.L**

In linea con le previsioni del capofila svizzero, le intenzioni future degli amministratori italiani saranno quelle di diffondere la conoscenza del logo e dei contenuti di *SkiAlp GSB* a livello nazionale ed internazionale. Attualmente, è l'*Office du Tourisme* della Valle d'Aosta che si occupa della promozione di *SkiAlp GSB*: esso è inoltre l'organo competente che risponde direttamente alle richieste e alle informazioni che provengono dagli utenti che ad esso si rivolgono. In tal senso però, l'ufficio addetto si limita a dirigere il turista verso le sue richieste, e la parte relativa all'organizzazione delle mete all'interno della destinazione, cioè la scelta del luogo e della struttura ricettiva, resta in capo all'utente stesso. Inoltre, l'*Office du Tourisme* è un ente territoriale che opera a livello regionale per quanto riguarda l'attività di promozione turistica: non si tratta perciò di un ente operativo in campo turistico, in più la promozione di singoli territori rientra nell'attività di promozione insieme a tutti gli altri territori regionali.

In base alle dette considerazioni, vi è l'idea futura, emersa dal colloquio con il Sindaco, di inserire nel Progetto un operatore turistico specializzato e competente nel dirigere il turista verso le risorse territoriali attrattive della zona del Gran San Bernardo, organizzando inoltre, su più livelli, il soggiorno del cliente tenendo presente i suoi interessi. Il tour operator, ovviamente multilingue, dovrà possedere un buon livello di conoscenza del territorio, della pratica dello scialpinismo, nonché di tutti i servizi necessari e *leisure* a cui indirizzare gli utenti. Infine, l'intento degli amministratori è quello di far rientrare *SkiAlp GSB* tra le mete delle più famose compagnie di tour operator a livello internazionale.

Un'ulteriore considerazione, importante da sottolineare sia immediatamente, sia a maggior ragione in seguito, poiché si prevede un aumento del flusso di utenti una volta che il Progetto acquisirà importanza a livello internazionale, è l'ambito della responsabilità che incorre in capo al Sindaco. Ad oggi, le competenze del sindaco previste dal Testo Unico degli

Enti Locali, oltre a quelle che rientrano naturalmente nella figura di un pubblico ufficiale, sono quelle relative alla sicurezza e ordine pubblico, di polizia giudiziaria e di adozione di ordinanze in caso di pericolo per preservare l'incolumità dei cittadini. È su questa ultima competenza che vi sarebbero da chiarire dei limiti per l'imputazione delle responsabilità in capo ai sindaci, i quali attualmente rispondono civilmente e penalmente qualora non abbiano attuato tutte le misure utili a prevenire il danno e preservare la sicurezza e l'ordine pubblico. La responsabilità dei sindaci si amplifica notevolmente a seguito di danni a cose e persone se essi si verificano su un territorio alpino. Come già espresso, i territori alpini sono esposti ad una serie di svantaggi e problemi, tra cui il rischio idrogeologico e il pericolo di valanghe. Anche in questi ambiti, è compito dei sindaci eseguire attività di sopralluogo e di controllo, nonché di messa in sicurezza qualora si consideri un terreno instabile e pericoloso che potrebbe arrecare danno ai cittadini. Ritenendo quindi l'attività di prevenzione e di controllo una fase indispensabile per l'incolumità dei cittadini e dei loro beni, si è favorevoli alla responsabilità che ne deriva in capo al sindaco, qualora egli non abbia provveduto all'esecuzione di tutto ciò che è previsto al fine di prevenire i pericoli evidenti. In questo contesto, tuttavia, la responsabilità dei sindaci si è allargata notevolmente a tal punto che su di loro ricadono responsabilità enormi: egli rispondono civilmente e penalmente ai danni che si verificano in circostanze fuori alla loro sfera di competenze. Ad esempio, la responsabilità in capo al Sindaco, relativamente alla propria zona di competenza, ove sono presenti itinerari di scialpinismo, qualora si dovessero presentare eventi dannosi dovuti al caso fortuito, come la caduta di massi o il distacco di una valanga, ad egli potrebbe essere imputata una responsabilità. Inoltre, la Direttiva Valanghe del 12 agosto 2019, introduce nell'elenco dei danni occorsi su beni materiali, anche le piste da sci, ritenute anch'esse zone antropizzate. Inoltre, la stessa Direttiva esprime dovere del sindaco anche gestire le emergenze in queste nuove zone antropizzate. Con *SKiAlp GSB* quindi, qualora si possa verificare un danno occorso sui percorsi di scialpinismo pubblicati, si amplifica notevolmente il quadro di responsabilità imputabile al Sindaco. A maggior ragione per il fatto che, trattandosi di un territorio di un'estensione tale per cui risulta materialmente impossibile vigilare costantemente sui pericoli che possono presentarsi. Al fine di evitare gravi situazioni del genere, non è sufficiente, e sicuramente non è risolutivo rispetto al problema dell'eccessivo raggio di responsabilità in capo ad essi, dotarsi di tutte le tecniche di "difesa", da pubblicare sul sito internet, come ben suggerite dagli avvocati dello studio giuridico citato nei paragrafi precedenti. Sarebbe piuttosto

ragionevole considerare una modifica in capo alla legislazione vigente in merito alla sfera di responsabilità del sindaco. In merito a ciò, infatti, in seguito a determinati eventi che hanno suscitato reazioni, tra i mesi di gennaio e febbraio 2021, è emersa la volontà di richiedere una modifica al Testo Unico degli Enti Locali, in particolare dell'articolo 54 del Testo, il quale cita la competenza del sindaco per la sicurezza pubblica. Per la formulazione e la sottoscrizione della richiesta inviata alla Corte Costituzionale, si sono uniti i comuni italiani che hanno accettato la proposta dell'ANCI, tra cui anche il Celva, Consorzio enti locali della Valle d'Aosta, nonché delegazione dell'Anci Valle d'Aosta.



## CONCLUSIONE

Dall'analisi operata nei precedenti paragrafi, in questa parte finale dell'elaborato si possono trarre alcune considerazioni conclusive sul ruolo di *SkiAlp GSB* in un simile contesto montano, ipotizzando quali possano essere le conseguenze del progetto.

In primo luogo, *SkiAlp GSB* si presenta come un progetto originale ed innovativo che mira alla valorizzazione del patrimonio naturale attraverso uno sport che non necessita della costruzione di strutture ed impianti, né tanto meno dell'utilizzo di macchinari specifici. Lo sci alpinismo si presenta infatti come uno sport sostenibile per l'ambiente, dal momento che si tratta di una disciplina che si svolge naturalmente in terreni non gestiti e non arginati da alcun tipo di delimitazione imposta artificialmente. L'obiettivo di *SkiAlp GSB* è quindi quello di creare una destinazione turistica per lo scialpinismo nella Valle del Gran San Bernardo, trasformando questa disciplina in un prodotto turistico locale. Così facendo, è inevitabile l'intento di porre la pratica dello scialpinismo all'attenzione di tutti, dai neofiti agli atleti più esperti, con lo scopo di attrarre quanti più utenti possibili nella vallata.

La complessità che deriva dall'attrazione di un maggior numero di utenti praticanti lo scialpinismo in zone non controllate è insita nel rischio di portare sui pendii innevati persone che non hanno né competenze tecniche sufficienti alla pratica della disciplina, né tantomeno conoscenze adeguate riguardo alla prevenzione dei rischi in montagna. D'altro canto, perfino per i più esperti i pericoli possono raddoppiare: una delle cause che porta all'incremento di incidenti in montagna riguarda sicuramente l'*overconfidence*, ovvero l'eccesso di fiducia in sé stessi che spinge a comportamenti rischiosi. Ciò può costituire un fattore di rischio per l'incolumità propria dell'utente e quella degli altri presenti sullo stesso itinerario. Pertanto, di fronte a questo scenario prospettato, è importante che si attivino una serie di interventi atti alla sensibilizzazione dei rischi in montagna e delle azioni che possono essere applicate in caso di pericolo, in aggiunta ad attività di formazione sull'utilizzo dei principali ed indispensabili strumenti tecnologici obbligatori per chi pratica scialpinismo. Inoltre, attraverso le attività di promozione di *SkiAlp GSB*, sarebbe utile che si indirizzassero gli utenti verso la sensibilizzazione del concetto di *autoresponsabilità*, prendendo come esempio la mentalità dei cittadini in Svizzera in cui, coloro che praticano scialpinismo al di fuori delle piste battute, si assumono propria responsabilità per i danni eventualmente causati. La giurisprudenza italiana tende invece a lasciarsi alle spalle questo

principio, dando ampio spazio al concetto di “*minima autoresponsabilità, massima richiesta di tutela*” che al contrario dovrebbe essere il più possibile limitato.

In secondo luogo, l'intento di *SkiAlp GSB* nella definizione di una destinazione turistica nella zona del Gran San Bernardo rappresenta sicuramente un buon piano, dal momento che si tratta di un progetto di sviluppo di un territorio transfrontaliero: per questo suo intento il Progetto rientra negli obiettivi di sviluppo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale dell'Unione Europea, il quale ha ritenuto considerevole supportare economicamente tale progetto. *SkiAlp GSB* mira, infatti, ad unire due territori confinanti, Gran San Bernardo e Vallese, ricchi di analogie dal punto di vista storico, economico, culturale e territoriale, con lo scopo di far cooperare le relative amministrazioni al fine di definire un'unica strategia di sviluppo adatta alla valorizzazione dei due territori. Come conseguenza alle azioni previste da *SkiAlp GSB*, in un tale contesto transfrontaliero, gli enti si attendono in futuro prossimo un maggiore scambio di turisti tra le due zone: ciò porta inevitabilmente alla questione di quale tipo di giurisprudenza applicare su un territorio o l'altro, in casi eventuali nei quali si possano verificare incidenti e danni a cose o persone. Uno specifico studio giuridico comparato, realizzato proprio nel contesto di *SkiAlp GSB*, ha chiarito nei particolari gli ambiti di applicazione del diritto, indicando quale è più adatto a definire la responsabilità dell'individuo, nonché quali conseguenze possano gravare sullo stesso. A proposito di responsabilità, nell'ambito di *SkiAlp GSB*, si sono aperti dibattiti sulla questione della responsabilità nelle aree sciabili antropizzate: sebbene lo scialpinismo rientri nella disciplina invernale dello sci, esso si discosta di gran lunga dal punto di vista dell'inquadramento giuridico. Per le discipline sciistiche che si praticano su comprensori privati e su piste battute, è obbligo del gestore limitare i pericoli per preservare l'incolumità degli utenti e, in caso di danni a terzi, egli risponde in virtù della responsabilità contrattuale stabilita al momento dell'acquisto di uno *skipass*. All'opposto, la pratica dello scialpinismo non prevede nessun tipo di contratto tra l'utente e il gestore, il quale in effetti non esiste in questo contesto. È ovvio che in questo caso la figura del gestore potrebbe essere troppo facilmente corrisposta al sindaco del territorio di cui egli deve garantire il massimo livello di messa in sicurezza. Ne consegue che, in un territorio montano così esteso e così complesso da controllare costantemente, risulta inevitabilmente troppo difficoltoso gestire tutte le situazioni che da un momento all'altro potrebbero costituire un pericolo per l'incolumità pubblica. In tale contesto, infatti, si sono avanzate proposte a livello nazionale, da parte delle amministrazioni comunali, atte alla richiesta di modificare il Testo Unico degli

Enti Locali al fine di limitare la responsabilità in capo ai sindaci che amministrano territori montani.

Inoltre, l'obiettivo degli ideatori di *SkiAlp GSB* di unire strategie al fine di creare una destinazione turistica per lo scialpinismo, inteso come prodotto turistico, rappresenta un proposito innovativo ed originale per il territorio valdostano. Inoltre, il concetto di destinazione turistica così come delineato nel progetto, rientra nell'ottica di chi definisce tale concetto come un sistema, ovvero come la sintesi di numerose sinergie tra diversi attori economici locali, guidati da organi *superpartes*, i quali detengono il ruolo di *governance*. Questi ultimi hanno il compito di gestire, dirigere e far convergere l'intera organizzazione verso un obiettivo comune e condiviso. A tale scopo, l'obiettivo di trasformare lo scialpinismo in un prodotto turistico è assai indispensabile al fine di determinare un'efficace ed attraente destinazione turistica. Un tale prodotto implica, tra le altre determinanti, anche la costruzione di un *brand* forte, corredato dall'insieme di altri elementi che ne determinano l'essenza propria di prodotto in questo settore. Il concetto di prodotto è inteso, in questo elaborato, come risultato della cooperazione tra attori economici locali volta a soddisfare le esigenze dei turisti che si recano in una determinata zona turistica.

Infine, considerando *SkiAlp GSB* una politica pubblica volta alla valorizzazione del patrimonio naturale di una zona montana, attraverso uno sport sostenibile per l'ambiente, volta ad apportare conseguenze positive sull'economia locale, si deve tener conto che tale Progetto è tutt'ora in fase di attuazione fino al 2022, e quindi gestito e coordinato da pubbliche amministrazioni che usufruiscono di finanziamenti europei con i quali hanno stanziato le basi per lo sviluppo delle azioni prestabilite. In tale circostanza, è chiaro che una volta che la gestione del *brand - SkiAlp GSB* - sarà delegata ad un'associazione costituita ad hoc per tale fine, sarà compito di quest'ultima ideare strategie per dare prova di continuità del progetto: tra le attività che dovranno essere portate avanti in linea con quelle originarie, nonché tutt'ora vigenti, saranno ad esempio le attività di *marketing communication*, svolte ad oggi da un gruppo di esperti nel settore, e le attività di informazione, nonché quelle di organizzazione di eventi e manifestazioni al fine di tener viva l'*awareness* del brand creato. In aggiunta a ciò, dovranno dare prova di continuità del progetto ideando strategie di autofinanziamento al fine di ottenere un budget sufficientemente adeguato a svolgere le attività citate.

Alla luce delle riflessioni fino a qui riportate, il presente elaborato può configurarsi solo come primo *step* dello studio del ciclo di una politica pubblica volta a far rifiorire l'economia di un territorio montano attraverso la valorizzazione di uno sport non ancora del tutto strutturato. Nel frattempo, però, l'indagine condotta permette spunti di riflessione sulle diverse possibilità a cui tendere per adottare strategie da applicare per lo sviluppo del territorio montano, in particolare di quello valdostano, basate su un approccio sostenibile per l'ambiente. È in tale contesto che *SkiAlp GSB*, una volta condotta e confermata l'indagine sugli esiti positivi del progetto sulla zona interessata, potrebbe costituire un valido motivo per adattare lo stesso piano ad altri territori della Valle d'Aosta, dal momento che tutto il territorio valdostano, prevalentemente montuoso, si presta molto bene alla disciplina dello scialpinismo.

## BIBLIOGRAFIA

Carmine Tripodi, *“Costruire il successo delle destinazioni turistiche, Destination management e strategie di sviluppo del territorio”*, Milano: Egea, 2017

Franco Cuaz, *“Il Colle del Gran San Bernardo, il Colle del Piccolo San Bernardo: storia di due strade”*, Milano: SilvanaEditoriale, 2012

Giorgio Daidola, *“Sciatori di Montagna. Storie di chi ha fatto la storia dello scialpinismo”*, Bergamo: Mulatero Editore, 2017

Giovanna Mazzocchi Bordone, *“Montagne Outdoor”*, a cura di Gian Luca Gasca, Milano: Rotolito, 2021, p. 24-33

Keller, Busacca, Ostilio, *“La gestione del brand, strategie e sviluppo”*, Milano: Egea, 2005  
Roberto Andrighetto et al., *“La Valle del Gran San Bernardo: storia, natura, itinerari”*, Torino, 2001

Waldemaro Flick, *“Studio giuridico comparato Italia-Svizzera sulla promozione della pratica dello scialpinismo tra la Valle del Gran San Bernardo e la località svizzera di Verbier”*, a cura di Camilla Beria di Argentine, Aosta: Musumeci, 2020

## SITOGRAFIA

Bando di Gara SkiAlp GSB:

[https://www.comune.saintrhemyenbosses.ao.it/Portals/saintrhemy/GareConcorsi/Bandi%20di%20gara4420/00229/Bando/Bando%20gara%20gennaio%202018%20ULTIMO\\_mf.pdf](https://www.comune.saintrhemyenbosses.ao.it/Portals/saintrhemy/GareConcorsi/Bandi%20di%20gara4420/00229/Bando/Bando%20gara%20gennaio%202018%20ULTIMO_mf.pdf)

Canton Vallese: <https://www.valais.ch/it>

Interreg Italia-Svizzera, SkiAlpGSB: <https://progetti.interreg-italiasvizzera.eu/it/b/78/scialpinismonellevallidelgransanbernardovalledaostaevallese>

Interreg Italia-Svizzera: <https://interreg-italiasvizzera.eu>

Ladies Ski Club: <https://www.ladiesskiclub.org/history>

Piattaforma Gulliver: <https://www.gulliver.it/skialpgsb>

Progetti Interreg Italia-Svizzera: <https://progetti.interreg-italiasvizzera.eu>

Progetto depositato SkiAlp GSB:

[https://www.comune.saintrhemyenbosses.ao.it/Portals/saintrhemy/GareConcorsi/Bandi%20di%20gara4420/00229/Bando/Progetto%20SKIALP%20depositato%20\(1e2\).pdf](https://www.comune.saintrhemyenbosses.ao.it/Portals/saintrhemy/GareConcorsi/Bandi%20di%20gara4420/00229/Bando/Progetto%20SKIALP%20depositato%20(1e2).pdf)

Programma di cooperazione Interreg V-A “Italia-Svizzera 2014-2020”, Documento di sintesi: <https://interreg-italiasvizzera.eu/wp-content/uploads/2015/11/Documento-di-sintesi.pdf>

Sito web SkiAlp GSB: <https://www.skialp-gsb.eu>