

# Terra Madre

## «Selfie e storie, il “toccata e posa” ha colonizzato le Dolomiti»

### L'intervista

Il presidente della Sat Ferrari: «I bivacchi diventano una valvola di sfogo del turismo di massa. Serve un patto tra influencer, destinazione e comunità locali»

di **Andrea Manfrini**

**E**ntro il 20 giugno saranno aperti tutti i rifugi trentini. Alcune strutture hanno già avviato la stagione. Insomma, si entra nel vivo dell'estate, con i suoi pro e i suoi contro. «Negli ultimi anni la logica del “toccata e posa” ha colonizzato molte icone dolomitiche», dice Cristian Ferrari, presidente della Sat (Società alpinisti tridentini)

#### Quanti sono i bivacchi in Trentino?

«Le strutture riconosciute sono poco più di 40, 18 delle quali gestite dalla Sat e dalle sue sezioni, oltre ai bivacchi invernali presenti negli oltre 30 rifugi della Sat e altre decine di strutture come malghe o punti di appoggio spar».

#### Avete mai preso in considerazione l'idea di introdurre un sistema di prenotazione per accedere ai bivacchi?

«L'attuale legge provinciale definisce i bivacchi come “costituiti da sobrie e minimali strutture, costruite con materiale idoneo a far fronte alle avverse condizioni meteorologiche, adibite al ricovero degli alpinisti, incustodite e aperte in permanenza, idonee a garantire ricovero di emergenza.” Ad oggi non è compatibile l'utilizzo del bivacco con sistemi di prenotazione, come succede invece in molti Paesi del Nord Europa dove si tratta più di rifugi incustoditi che di strutture di emergenza. Oggi i bivacchi hanno un ruolo “ai fini di sicurezza”, in caso di emergenza. Prenotarlo non lo farebbe più essere un bivacco, ma altro tipo di struttura. Dovrebbe cambiare la normativa. Diventerebbe un rifugio non gestito, a cui da accesso con le chiavi, e magari dietro un compenso. Allora mi verrebbero chiesti dei requisiti minimi come i bagni con relativa autorizzazione e questo li renderebbe delle strutture semi-gestite. Andrebbe in pratica abbandonato il discorso del “bivacco” come lo conosciamo. Non escludo possa diventare un'evoluzione dello stato attuale, ma serve una riforma della norma di settore».

#### Vi è mai stata segnalata qualche criticità riguardo l'accesso ai bivacchi?

«Purtroppo il fenomeno è in forte aumento. Negli ultimi anni la Sat e la stampa locale hanno denunciato episodi di inciviltà, abbandono di rifiuti e danneggiamenti, penso al bivacco Segalla nel gruppo dell'Adamello, al bivacco Giacomelli e a Malga Derocca in Vigolana, al bivacco Pozze in val di Bresimo (descritto come “splendido chalet” online), il bivacco Minazio nelle Pale di San Martino, o ancora al bivacco invernale del Rifugio Roda di Vaël nel Catinaccio. Porte sfondate o lasciate aperte, rifiuti (spesso bottiglie di alcolici) non riportati a valle, cibo abbandonato in confezioni aperte, condizioni igienico sanitarie negli ambienti esterni ormai discutibili, scorte di legna da ardere usate addirittura per i falò all'aperto, coperte e materassi sporcati. Le segnalazioni parlano anche di sovraffollamento nei weekend estivi: gruppi numerosi che occupano ogni cuccetta, lasciando fuori chi arriva tardi o in emergenza. Il problema è accentuato dalla facile reperibilità di tracce Gpx e video tutorial online che rendono alcuni itinerari “virali”».

#### Cosa ne pensa dell'influenza delle piattaforme digitali?

«Sui social spopolano gli “esploratori” di bivacchi che raccontano percorsi di accesso, disponibilità di acqua e risorse, fotografie di tazze fumanti, albe e tramonti, con una narrazione che invita a visitare le strutture e come effetto ne provoca un sovra-utilizzo. Questo sovraffollamento spesso porta persone impreparate, senza nemmeno un frontalino e non in grado di ritornare a valle nel caso in cui la struttura fosse piena o tensioni perché in strutture già sovraffollate si prova magari a entrare con il proprio animale domestico, non trovando sempre accettazione da parte degli altri occupanti. Da un lato il mondo dei social network avvicinano nuovi pubblici, dall'altro riduce la montagna a fondale estetico, spesso senza la preparazione fisica né culturale necessaria. In assenza di filtri di accesso possibili, i bivacchi sono la prima valvola di sfogo di questo turismo di massa, che nulla lascia sul territorio».

#### È in corso una sorta di spettacolarizzazione della montagna?

«Negli ultimi anni la logica del “toccata e posa” ha colonizzato molte icone dolomitiche: si arriva in auto, si scatta la foto - cartolina per Instagram o Tik Tok e si riparte. Alle Tre Cime di Lavaredo il flusso estivo ha toccato punte di 11.000 visitatori al giorno, con code d'auto fino a Misurina e sentieri ridotti a passerella fotografica. Le piattaforme che premiano scatti spettacolari spingono gli utenti verso luoghi “instagrammabili”, spesso senza valutare distanza, dislivello o fragilità dei siti. Allo stesso tempo, l'accessibilità crescente abbassa la soglia di fatica. Il risultato è una fruizione più da consumatore che da escursionista. Gli effetti negativi sono evidenti: erosione dei sentieri, rifiuti, inquinamento acustico, banalizzazione dell'esperienza e falsa percezione della prudenza necessaria. La visibilità social ha portato anche risorse economiche a valli periferiche, ha rilanciato storici rifugi e ha avvicinato un pubblico nuovo alla cultura alpina. Ma in alcuni luoghi si arriva presto alla saturazione che produce anche ostilità sociale: i graffiti “Tourists go home” sono un gesto che segnala un malessere diffuso nelle comunità locali. In definitiva, la montagna-palcoscenico è un dato con cui fare i conti: non si può “spegnere” Instagram, ma si può spostare il racconto dalla spettacolarità fine a se stessa a un modello di fruizione responsabile, in cui la foto diventa memoria di un'esperienza autentica e non mero trofeo digitale».

#### Esistono anche degli “influencer della montagna”. Sono più i benefici o i contro?

«I creator outdoor creano valore quando promuovono comportamenti responsabili: riporta i rifiuti, frena il disturbo faunistico, stagionalizzano le visite e spingono mete alternative, collaborano con Apt e amministrazioni su progetti di gestione (es. navette prenotate, ticket digitali). I rischi emergono quando l'engagement supera la capacità di carico: i follower imitano itinerari senza valutarne difficoltà, si concentra il traffico su pochi spot e cala la qualità dell'esperienza. I benefici vincono solo se c'è un patto chiaro tra influencer, destinazione e comunità locale, non sempre rispettato. Il nodo non è “social sì o social no”, ma governance dei flussi: regole sull'uso dei geotag, comunicazione coordinata con influencer attenti alla sostenibilità».

#### Secondo lei quando è iniziato il boom?

«Il salto si registra dal 2020 in poi: restrizioni sui viaggi esteri, ricerca di spazi aperti e sicurezza sanitaria hanno spinto molti italiani a scoprire l'alta quota. I dati Ispat confermano presenze record nel 2024 (+2,6% sul 2023, oltre 19,6 milioni di pernottamenti) e una forte quota di turisti domestici (56%). Una riscoperta di un ambiente che per sua natura ha una limitazione intrinseca alla capacità di carico».



Guida Cristian Ferrari, presidente della Sat © Foto di Marco Loss



Escursionisti Un gruppo di ragazze e ragazzi in montagna



Struttura Rifugio Graffer, nelle Dolomiti di Brenta, sul versante di Madonna di Campiglio, a quota 2.261 metri