

Mobilità dolce, piste decongestionate

«Turismo trentino più sostenibile»

Le strategie illustrate a Milano ad Apreski. Battaiola: sviluppo equilibrato e responsabile

tema Destagionalizzata e interconnessa: viva per 365 giorni l'anno. Così il Trentino immagina la montagna del futuro. Così prova a costruirla passo dopo passo, tra progetti di mobilità sostenibile, digitalizzazione e nuove forme infrastrutturali.

All'evento nazionale «Apreski-Mountain Show» di Milano, il tema è stato proprio questo: la montagna del futuro. E in Italia non si può parlare di montagna senza parlare di Trentino, rappresentato istituzionalmente dall'assessore provinciale al turismo Roberto Failoni, intervenuto in un panel dedicato appositamente al territorio. «Promuoviamo un'idea di montagna accessibile e attrattiva 365 giorni l'anno, con offerte che, oltre allo sci, valorizzano anche le "belle stagioni". L'obiettivo — ha proseguito l'assessore — è uscire dai canonici periodi turistici e creare nuove opportunità per residenti, imprese e ospiti». Parole in sintonia con quelle del ministro del turismo, Daniela Santanchè, che aprendo l'Apreski-Mountain Show ha ricordato come «la montagna non possa vivere solo di turismo bianco, ma debba aprirsi a un'offerta di esperienze per tutto l'anno». Se per Santanchè «è prioritario migliorare i collegamenti per rendere le montagne italiane sempre più competitive», Failoni ha fatto il punto sulle infrastrut-



ture trentine, che, come ha spiegato, «non devono essere viste solo come strumenti per lo sci, ma come elementi che tengono viva la montagna tutto l'anno». In questa direzione va il progetto di collegamento tra San Martino di Castrozza e Passo Rolle, pensato per decongestionare il traffico e valorizzare l'area del parco naturale Paneveggio-Pale di San Martino. In questa direzione va anche la futura funivia Trento-Monte Bondone, considerata da Failoni un'opportunità unica per il turi-

simo, ma anche per migliorare la qualità della vita dei residenti. Un'idea che richiama le parole del sindaco di Trento Franco Ianeselli, che aveva definito l'impianto «non per i turisti ma anche per i turisti, non per lo sci ma anche per lo sci»: una sintesi dello stesso equilibrio invocato da Failoni, tra sviluppo, sostenibilità e vita quotidiana in montagna.

Per illustrare un esempio concreto di come infrastrutture e destagionalizzazione possano andare di pari passo,

il direttore dell'azienda per il turismo Dolomiti Paganella, Luca D'Angelo, ha illustrato il risultato del riposizionamento strategico della telecabina Molveno-Pradel, di proprietà di Trentino sviluppo: un impianto passato da uso prevalentemente invernale a volano del turismo estivo, con un incremento del 30% del passag-

gi. Innovazione e sostenibilità passano anche dai territori e dalla digitalizzazione. In Val di Fassa sono stati implementati sistemi avanzati di moni-



Verso il futuro

Nel tondo, da sinistra, Alberto Ballardini, Roberto Failoni e Giovanni Battaiola. Accanto, il Trentino Mountain Talk a Milano

toraggio dei flussi turistici, che migliorano la gestione dei visitatori e riducono l'impatto ambientale. Con obiettivi analoghi, nella skiarea di Madonna di Campiglio un progetto mira a ottimizzare i flussi di sciatori, riducendo la congestione sulle piste e migliorando la qualità complessiva dell'esperienza in quota. «Infrastrutture intelligenti, sostenibili e digitalizzate», ha ribadito Alberto Ballardini, vicepresidente di Trentino sviluppo, «sono la chiave per una montagna che resti viva,

connessa e attrattiva tutto l'anno».

Nel frattempo, una rilevazione di Noto sondaggi per Trentino marketing, dimostra che il 57% dei trentini ritiene che la crescita dei flussi turistici abbia portato più vantaggi che svantaggi. Se quasi il 70% dei residenti considera il turismo invernale una risorsa da valorizzare, il 50% è invece favorevole alla realizzazione di nuovi impianti. Le Olimpiadi di Milano Cortina 2026 vengono viste come un'occasione di sviluppo: oltre il 70% degli interpellati giudica l'evento come un'opportunità per rafforzare l'immagine internazionale del territorio e attrarre nuovi investimenti.

Il turismo, insomma, non è visto con diffidenza dal trentino, ma come una risorsa da gestire con equilibrio e responsabilità. Ne è consapevole Giovanni Battaiola, presidente di Trentino marketing, che ha affermato: «La nostra strategia per i prossimi anni si fonda su un principio semplice ma ambizioso: uno sviluppo equilibrato, distintivo e responsabile del turismo come motore di benessere condiviso. Il Trentino — ha concluso Battaiola — vuole essere un laboratorio alpino di turismo».

Lorenzo Padoan