Il caso La nota dell'Apres ski: «Identità preservata». Italia Nostra all'attacco: «Chi oggi si indigna ha causato tutto ciò»

Kfc in quota: «Solo prodotti, niente loghi»

Nessun nuovo locale con l'insegna di Kfc e immagini di pollo fritto in bella vista, ma una selezione di prodotti dentro un'offerta che resta quella di sempre. Dopo giorni di polemiche sul «pollo fritto sulle piste», Super G, la catena di mountain club che gestisce l'après-ski della piana di Nambino a Madonna di Campiglio, prova a ridimensionare l'arrivo di Kfc. «Come per il Super G di Cortina, anche nel Super G di Madonna di Campiglio non è prevista la realizzazione di un nuovo punto vendita monomarca», si legge nella nota diffusa ieri. Kfc porterà invece «una selezione dei prodotti più amati del brand, all'interno dell'offerta di ristorazione veloce già presente nel contesto après-ski delle strutture». Il gruppo assicura che continuerà a proporre «la propria ristorazione italiana di qualità a marchio Meraviglioso» e il pomeriggio après-ski, e che la struttura «conserverà integralmente le proprie caratteristiche estetiche e la propria identità». Un modello, spiega Super G, che integra ristorazione e intrattenimento «preservando al tempo stesso l'identità e il carattere distintivo delle proprie strutture».

Una spiegazione che non basta a Italia Nostra e Mountain Wilderness. Le due associazioni, che si erano già espresse il 5 novembre, ora puntano il dito contro chi si indigna oggi. «Il pollo fritto di oggi è l'evoluzione dell'hamburger dell'après-ski bar», scrivono la presidente di Italia Nostra Trento Manuela Baldracchi e il presidente di Mountain Wilderness Luigi Casanova. E chiedono: «Dove stavano questi soggetti quando il gruppo "5 Club Mdc" di Milano è stato autorizzato alla realizzazione dell'Après Ski Bar, con tanto di deroga rilasciata dal Comune di Pinzolo e con il nullaosta della Provincia?». Un progetto, ricordano, contrastato allora «solo da Italia Nostra e da un esiguo gruppo di residenti». Il primo bersaglio è il sindaco di Pinzolo Michele Cereghini, che oggi si dice contrario al pollo di Kfc ma tre anni fa aveva espresso «piena soddisfazione» per un progetto che prevedeva, testualmente, «una ristorazione fast food con hamburger, patatine e beverage». «Pollo fritto e patatine sono forse più decontestualizzati dall'ambiente di montagna rispetto ad hamburger, patatine e beverage?», è la domanda delle associazioni. Poi tocca al presidente del Parco Adamello Brenta Walter Ferrazza, che in questi giorni ha ricordato come «la protezione della natura si misura anche dalla capacità di dire dei no». Un messaggio che, per gli ambientalisti, «sarebbe stato necessario nella fase istruttoria» dell'après-ski, quando il Parco si era limitato a ricordare di non avere poteri perché l'edificio sorge fuori dai suoi confini, a 200 metri dal perimetro, «una distanza sicuramente non sufficiente a tutelare la fauna dagli assordanti rumori prodotti dalla discoteca all'aperto».



Il colonnello Il rendering del Kfc in quota

Nel mirino finisce anche il presidente dell'Apt Tullio Serafini, che aveva difeso un'identità che «non si esaurisce in una partnership commerciale» e criticato i commentatori ambientalisti: «Perché l'Apt non ha tutelato tutto ciò dall'assalto di proposte invasive?». Le associazioni chiamano in causa anche l'Asuc di Fisto, che dall'après-ski incassa un canone di 150mila euro l'anno. Promuovono le prese di posizione dei ministri Lollobrigida e Mazzi e di Coldiretti, ma l'azione «più interessante, forte ed etica» per loro è quella dello Ski1Team di Padova, che diserterà le località coinvolte «non condividendo questo modello di consumo». La conclusione è amara: ora che «il danno è fatto», sfilano «le stesse personalità che hanno permesso l'evidente scempio» della piana di Nambino, e il nuovo fervore è probabilmente «promosso dalla ribalta mediatica che il pollo fritto ha saputo offrire».

Il caso entra anche nel dibattito politico. Paola Demagri di Casa Autonomia accusa la Giunta provinciale di «silenzio tattico» sul turismo: tace «di fronte allo snaturamento delle nostre montagne trasformate in parchi giochi per un turismo "mordi e fuggi"» e «di fronte a strutture sempre più decontestualizzate e peggio ancora omologanti, prede di format ormai da fast-food in quota». Per Demagri servirebbe una vera riforma, a partire da affitti brevi e tassa di soggiorno, da reinvestire in mobilità e sostenibilità: «L'identità trentina, la tutela dell'ambiente montano e lo sviluppo economico sostenibile non possono essere merce di scambio per una campagna elettorale permanente».