

# Alpinscena

La rivista della CIPRA

Supplemento a Pro Natura Notiziario Obiettivo Ambiente al n° 6, giugno 2009. Direttore responsabile Valter Giuliano. Autorizzazione del Tribunale di Torino n. 2523 del 1/10/1975. Sped. in A.P. art. 2, comma 206, legge 662/96. Filiale di Torino, n. 6 giugno.



## Mount Disney

L'uomo, la montagna e la loro messa in scena

# Indice

**Editoriale** pag. 3

**Finestra sul passato**

25 anni fa ... pag.4

**Natura e paesaggio non bastano più!?**

Il perché della costante messa in scena delle Alpi – di Werner Bätzing pag. 5

**... e fuori dalla finestra lo spettacolo della natura**

L'appropriazione e la rappresentazione delle Alpi da parte dei loro abitanti e ammiratori – di Bernard Debarbieux pag. 8

**L'invenzione del paradiso**

Pensieri – di Köbi Gantenbein pag. 11

**Panoramica**

Le Alpi messe in scena – di Regina Preissler pag. 12

**Nuovi megaprogetti turistici: la salvezza delle Alpi?**

Saggio – di Mario F. Broggi pag. 14

**Un cannocchiale polarizzante**

Dibattito tra Kai Elmauer e Rudolf Erlacher – di Elisabeth Schmidt-Landenberger pag. 15

**Megalomania ad alta tensione**

Sempre più infrastrutture sulla Marmolada – di Luigi Casanova pag. 19

**Crescere a ogni costo?**

Convegno annuale CIPRA – di Moritz Rheinberger pag. 21

**Le Alpi in pillole** pag. 22

**Il Punto**

Per un'auto-rappresentazione socialmente sostenibile – di Andreas Götz pag. 23

**Anteprima Alpinscena n° 92** pag. 24



© Nationalpark Gesäuse / Kerschbaumer

**Natura e paesaggio non bastano più?**

Quali sono i meccanismi che conducono alla crescente messa in scena delle Alpi? Quali sono gli effetti sulla nostra percezione personale? Werner Bätzing azzarda alcune risposte a **pagina 5**



© Dr. Klaus Lintzmeyer

**Un cannocchiale polarizzante**

Il nuovo centro naturalistico del Mondo della montagna Karwendel divide gli animi. Dibattito tra pro e contro a **pagina 16**



© CIPRA Internationale

**Un programma ricco**

Il convegno annuale della CIPRA: «Crescere a ogni costo». Maggiori informazioni a **pagina 21**

Alla metà di questo numero trovate il programma e il modulo d'iscrizione del convegno annuale della CIPRA 2009. «Crescere a ogni costo? – le Alpi alla ricerca della felicità» dal 17 al 19 Settembre a Gamprin/FL.

## CIPRA, UN'ORGANIZZAZIONE VARIEGATA E DALLE MOLTE SFACCETTATURE

La CIPRA, Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi, è un'organizzazione non governativa, strutturata in rappresentanze dislocate nei singoli Paesi alpini, alla quale aderiscono più di 100 associazioni e organizzazioni attive nei 7 Stati alpini. La CIPRA opera in favore di uno sviluppo sostenibile nelle Alpi e si impegna per la salvaguardia del patrimonio naturale e culturale, per il mantenimento delle varietà regionali e per la ricerca di soluzioni ai problemi transfrontalieri dello spazio alpino.

Pubblicazione trimestrale a cura della Commissione Internazionale per la protezione delle Alpi (CIPRA). Appare quattro volte all'anno in lingua italiana, tedesca, francese e slovena.

Redazione: Barbara Wülser (responsabile della redazione), Andreas Götz / Autori: Elisabeth Schmid-Landenberger, Regina Preissler, Andreas Götz, Bernard Debarbieux, Köbi Gartenbein, Luigi Casanova, Mario F. Broggi, Werner Bätzing / Traduzione: Denise Setton, Franca Elegante, Nataša Leskovic-Uršič, Violaine Simon / Lettorato: Barbara Wülser (d), Claire Simon (f), Mateja Pirc (sl), Serena Rauzi (it) / Realizzazione grafica: Atelier Silvia Ruppen, Vaduz  
Layout: Regina Preissler, Fabian Lippuner  
Stampa: Gutenberg AG, Schaan/FL

Riproduzione autorizzata con menzione della fonte  
Edito in tedesco, italiano, francese e sloveno  
Tiratura: 14'250 copie  
Abbonamento ad «Alpiscena»: gratuito da richiedere presso la **CIPRA Internazionale**  
Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan  
Tel. 00423 237 53 53, Fax. 00423 237 53 54  
international@cipra.org, www.cipra.org

### RAPPRESENTANZE NAZIONALI

**CIPRA Österreich** c/o Umweltschutzverband Alser  
Strasse 21/5, A-1080 Wien

Tel. 0043 1 401 13 36, Fax 0043 1 401 13 50  
oesterreich@cipra.org, www.cipra.org/at

**CIPRA Schweiz** Postfach 22,  
CH-3800 Interlaken,

Tel. 0041 33 822 55 82, Fax 0041 33 822 55 89  
schweiz@cipra.org, www.cipra.org/ch

**CIPRA Deutschland** Heinrichgasse 8

D-87435 Kempten / Allgäu  
Tel. 0049 831 52 09 501, Fax: 0049 831 18 024  
info@cipra.de, www.cipra.de

**CIPRA France** 5, Place Bir Hakeim, F-38000 Grenoble

Tel. 0033 476 48 17 46, Fax 0033 476 48 17 46  
france@cipra.org, www.cipra.org/fr

**CIPRA Liechtenstein** c/o LGU

Im Bretscha 22, FL-9494 Schaan  
Tel. 00423 232 52 62, Fax 00423 237 40 31  
liechtenstein@cipra.org, www.cipra.org/li

**CIPRA Italia** c/o Pro Natura

Via Pastrengo 13, I-10128 Torino  
Tel. 0039 011 54 86 26, Fax 0039 011 503 155  
italia@cipra.org, www.cipra.org/it

**CIPRA Slovenija** Trubarjeva 50, SI-1000 Ljubljana

Tel. 386 (0) 59 071 322  
slovenija@cipra.org, www.cipra.org/sl

### RAPPRESENTANZA REGIONALE

**CIPRA Südtirol** c/o Dachv. für Natur- und  
Umweltschutz

Kornplatz 10, I-39100 Bozen  
Tel. 0039 0471 97 37 00, Fax 0039 0471 97 67 55  
info@umwelt.bz.it, www.umwelt.bz.it

### SOCIO SOSTENITORE

Nederlandse Milieu Groep Alpen (NMGA)  
Keucheniusshof 15, 5631 NG Eindhoven  
Tel. 0031 40 281 47 84  
nmga@bergsport.com, www.nmga.bergsport.com

© CIPRA Internazionale



Cara lettrice, caro lettore,

provate a immaginare: una sera, al tramonto, il sole avvolge con la sua delicata luce rosata le cime innevate delle montagne. Lentamente le vette si spengono per poi sprofondare nelle tenebre. I turisti sulla terrazza panoramica si tolgono gli occhiali da sole e si guardano intorno alla ricerca della cameriera per pagare il conto. All'improvviso, un lampo! E le vette tornano a infiammarsi di luce abbagliante. Tutti guardano in alto, ammaliati. Da qualche parte lontano si odono le soavi note di un violino innalzarsi nell'aria, finché si riconosce la Nona di Beethoven. Proprio quando i fiati fanno il loro ingresso, una pioggia di scintille cade sulle teste degli ospiti accomodati in terrazza. Gli spettatori applaudono... e ordinano il dessert. Scuotete il capo? Non è un'immagine tanto improbabile. La messa in scena delle Alpi e nelle Alpi è un dato di fatto. La gente, attirata in montagna da eventi di massa o fantastiche opere architettoniche e ingegneristiche, porta con sé il portafoglio e lo apre volentieri per potersi permettere una cosa o l'altra. In fin dei conti in vacanza si vuole vivere qualcosa di speciale. Allora gli ingegneri collaborano a salvare posti di lavoro in aree periferiche. E magari, dietro la il palcoscenico e la rappresentazione, gli ospiti scoprono le bellezze della montagna, si potrebbe sostenere. Però si potrebbe anche dire che queste rappresentazioni distraggono dai veri valori, svalutano il territorio alpino, distruggono il paesaggio e con esso un pezzo di qualità della vita. Le persone richiamate da questo spettacolo domani saranno ai Caraibi e dopodomani al Polo Nord mentre noi ci ritroviamo qui da soli sulle nostre montagne deturpate.

Giusto o sbagliato, sostenibile o necessario, gli operatori alpini non potranno fare a meno di affrontare la crescita di questa cultura dello spettacolo. Da quale esigenza scaturisce la messa in scena? E questa esigenza si può ritenere soddisfatta? Qual è il suo prezzo? Non c'è un'unica risposta a queste domande e non la troverete certamente in questo numero dedicato al tema della «messa in scena della montagna». Nel processo decisionale occorrono attenzione, lungimiranza e conoscenza dei retroscena. Certo ne saprete di più alla fine della lettura. Saprete ad esempio come noi esseri umani siamo arrivati a spettacolarizzare il nostro mondo. Oppure perché la nostalgia di un mondo selvaggio equivalga a una messa in scena. Seguite la discussione tra due contendenti sul centro di Karwendel in Baviera/D oppure scegliete la vostra rappresentazione preferita tra una rosa di esempi. Cosa ne pensiamo noi? Magari lo capirete dando un'occhiata alla rubrica di Andreas Götz in chiusura. Buona lettura!

*Barbara Wülser*

Barbara Wülser,  
responsabile comunicazione CIPRA Internazionale

## 25 anni fa ...

**In questa pagina, in occasione del 25° anniversario della rivista, vi invitiamo a frugare nei quasi dimenticati albori del CIPRA Info – stavolta torniamo agli inizi degli anni 90. Già allora si individuava – e si deplorava – la crescente «disneylandizzazione» delle Alpi.**

Sin dalla sua costituzione negli anni 50, le installazioni e le rappresentazioni di vario genere realizzate nelle Alpi rappresentano un tema centrale per la CIPRA. Gli eccessi edili polarizzano l'interesse di tutti nelle Alpi: gli uni fiutano posti di lavoro e reddito, gli altri temono un'insensata deturpazione della natura e la svendita del paesaggio; gli uni trovano esagerato anche il semplice rifugio che serve birra gelata, ad altri per divertirsi non basta neanche la «disneylandizzazione» delle Alpi.

### «In cambio fa capolino un biotopino ...»

L'estratto dal CIPRA Info n. 19 qui accanto mostra come, già nel 1990, la redazione esprimesse la sua frustrazione. Si trattava allora di una serie di parchi divertimenti, progettati o già realizzati nel Canton Vallese, come ad esempio il «paradiso di Guglielmo Tell» nei pressi di St. Maurice, tra Martigny e il Lago di Ginevra. A volte però questi grandi progetti preparano anche delle sorprese amare a chi li progetta: il progetto da 250 milioni di franchi non fu mai attuato. Nel 1998 l'esercito prese in carico l'ex cementificio in cambio della sua demolizione. L'edificio venne quindi utilizzato per 8 anni dalle squadre di salvataggio come luogo di addestramento, vale a dire per le esplosioni.

Oggi, tutto intorno, le scuole guida portano gli autisti in erba a fare pratica – una conclusione ben poco spettacolare! ■

La redazione di Alpinscena



*E' evidente una commercializzazione delle esigenze del tempo libero con innovazioni sempre crescenti dei beni di consumo. I nostri paesaggi culturali con le proprie caratteristiche regionali sono minacciati dalla banalità, dalla scomparsa delle peculiarità locali e da uno scivolamento verso «Disneyland». Nelle stesse regioni industriali, nelle quali tali attività del tempo libero sono più sviluppate, occupano le aree territoriali più favorevoli, che comunque sono rare nell'arco alpino, e determinano un'esigenza di «mobilità». Il semplice imparare a camminare, conoscere il proprio circondario, sarebbe un'alternativa al consumismo, all'apatia, alle esperienze passive nei parchi per il tempo libero col loro rumore et la loro frenesia.*

È a disposizione l'area di un cementificio di prossimo smantellamento. Perfino i monaci della famosa abbazia sembrano disposti a cedere 13 ettari in prossimità del monumento ai martiri a Vêrrollez. Quale contropartita un piccolo biotopo circonda i luoghi sacri. Accanto, la gente dovrebbe divertirsi in un paesaggio da Heidi, adocchiare 23 chalets che rappresentano i Cantoni, rabbrivire nel Castello di Rudolf von Habsburg e, nel centro culturale, consumare abbondantemente negli alberghi e nella boutique. Le autorizzazioni pianificatorie ed edilizie naturalmente ancora non ci sono e inoltre ci si pone la questione non trascurabile: chi trova i 250 milioni di franchi?

Promotori di ogni tipo e genere hanno notoriamente un gran fiuto per le «Circostanze locali»: dove si trovano i terreni edificabili adatti, la zona industriale sufficientemente grande, uno Stato bendiposto, dei Comuni facili da convincere e contenti di ogni nuovo posto di lavoro, la stampa sul posto con pagine a colori? Dove si trovano le forze lavoro a buon prezzo ed interessate, gli oppositori in numero limitato e poi sempre gli stessi, le organizzazioni ambientaliste sovraccariche e pronte alla trattativa e un'autostrada nei paraggi? E dove si trova ancora un pò di paesaggio sfruttabile in senso pubblicitario?



Commission  
Internationale  
pour la  
Protection  
des Régions  
Alpines

Internationale  
Alpenschutz-  
Kommission

Commissione  
Internazionale  
per la  
Protezione  
delle Regioni  
Alpine

Heiligkreuz 52  
FL-9490 Vaduz  
Telefon 075 / 2 48 19  
Telefax 075 / 8 28 19

Nr./No. 19  
März 1990  
Mars 1990  
Marzo 1990

Deutschland / Allemagne  
Frankreich / France  
Italien / Italia  
Jugoslawien / Jugoslavien  
Liechtenstein  
Österreich / Autriche  
Schweiz / Suisse



Rappresentazione del musical «Annabale» sul ghiacciaio del Rettenbach. © Lois Hechenblaikner, www.hechenblaikner.at (de)

Il perché della costante messa in scena delle Alpi

## Natura e paesaggio non bastano più?

**Nell'era del superfluo, l'attenzione è uno dei beni più rari. Ed è diventata ancora più importante nell'attuale contesto globale. Una «messa in scena» è un mezzo efficace per assicurarsela, ma, quali sono i meccanismi che conducono alla crescente messa in scena delle Alpi e quali sono gli effetti sulla nostra personale percezione?**

«Messa in scena» è ormai un'espressione di moda che ricorre molto di frequente. Sfogliando un dizionario non nuovissimo, sotto «messa in scena» troveremo solo «drammatizzazione, l'insieme dei preparativi per la rappresentazione di un'opera teatrale». Definizione che evidentemente non corrisponde più all'uso attuale. È importante, quindi, chiarire prima di tutto che cosa sia questo fenomeno, per poi cominciare a parlare della messa in scena delle Alpi.

Per millenni, la gestione dell'economia da parte dell'uomo è stata segnata dalla penuria. Il problema fondamentale era poter acquistare la merce desiderata o almeno poterlo fare a un

prezzo ragionevole. Con l'avvento della Rivoluzione Industriale, si riduce drasticamente il costo della produzione di merci, ma solo negli anni 70 del 900 la penuria si potrà considerare eliminata e il superfluo diventerà normale. Ciò avviene di pari passo con il passaggio da società industriale a società di servizi oppure da moderno a postmoderno, trasformazione che a sua volta genererà modifiche sostanziali anche nel comportamento dei singoli individui.

Da questo momento, l'acquisto di merci e servizi gioca un ruolo fondamentale nella soddisfazione dei bisogni personali. Di fronte alla crescente offerta (in eccesso), per il consumato-



La stazione della ferrovia più antica dei Grigioni sul Muottas Muragl a 2453 metri è un'attrazione panoramica, messa in scena sin dal 1907.

re diventa essenziale trovare la migliore offerta al prezzo più vantaggioso e provare sempre nuove possibilità. Quindi con l'aumento dell'offerta crescono anche le esigenze e contemporaneamente il timore, in questa sovrabbondanza, di perdere l'offerta migliore.

Per chi vende, questa evoluzione è associata all'obbligo di pubblicizzare i propri prodotti. Tuttavia, la normale pubblicità oggi non basta più: i prodotti devono essere «messi in scena», spettacolarizzati, per attirare in qualche modo l'attenzione del cliente. E l'attenzione, in quest'epoca postmoderna, è un bene assai raro. Ciò riesce solo se a un prodotto o una merce si abbinano emozioni forti, come la sensazione di libertà e avventura a una sigaretta, la gioia della vita di campagna a uno yogurt o la promessa di erotismo a un prodotto per la cura del corpo. Ormai, nella nostra era postmoderna, le rappresentazioni sono diventate normali in tutti i settori e sempre più spesso si sganciano dalla pubblicità vera e propria, con gruppi automobilistici, come la Volkswagen, che costruiscono presso la sede principale, un «mondo d'avventura nella città dell'auto», nel quale viene celebrato il mondo dell'automobile, oppure con città che affidano ad architetti famosi la realizzazione di edifici spettacolari, come simbolo della loro capacità d'innovazione.

### Prime rappresentazioni delle Alpi

Con la nascita del turismo di massa, durante la Belle Epoque dal 1880 al 1914, si scorgono i primi cenni di messa in scena delle Alpi. La ferrovia che porta sul Muottas Muragl a 2453 metri sul livello del mare nell'Alta Engadina/CH, costruita nel

1907, ne è un chiaro esempio. Anziché arrampicarsi a piedi sulla montagna, si compra un biglietto della funicolare, con il quale si ottiene l'avventura in meno tempo e senza sforzo. Inoltre la vista dalla vetta è esaltata (artisticamente) mediante quadri, disegni, fotografie, cartoline, ecc. e trasformata nel simbolo delle Alpi per antonomasia. Semplicemente bisogna averlo visto! L'offerta viene poi ingrandita con cene al ristorante a lume di candela, rappresentazioni musicali, folcloristiche e sportive che, sin dall'acquisto del biglietto, ci garantiscono, una volta raggiunta la cima, di ottenere al massimo l'avventura desiderata.

Così, viene praticamente svalutata l'esperienza vera e propria, come salire su una vetta vicina, sconosciuta, ancora incontaminata e che offra una vista simile. Un'esperienza comprata è sempre garantita a priori. È inoltre un prodotto il cui prestigio aumenta in funzione della domanda. L'esperienza privata, personale non può quindi competere, a meno che non la si sappia commercializzare in grande stile, come alcuni scalatori che fanno della propria prova personale una merce e di se stessi un «marchio», al punto che la vicenda personale diventa per così dire un prodotto di marca.

### Quel che conta è finire sui giornali

Per molti decenni, l'esperienza personale e quella acquistata hanno convissuto senza problemi, perché, per ragioni di costo, a ogni vacanza si faceva la corsa in funivia per lo più una volta sola. L'esperienza personale restava quindi forte. Solo nell'era postmoderna, in cui le esigenze crescono di pari passo con l'aumento dell'offerta, interviene la svalutazione

del cemento individuale. E ora la classica vacanza estiva sulle Alpi diventa noiosa, perché l'avventura offerta non è poi così esaltante. Poiché il viaggio in funivia non è più una novità ed è molto meno interessante rispetto alle nuove mete turistiche di tutto il mondo, il numero dei pernottamenti estivi cala. Il massimo storico si raggiunge nelle Alpi austriache nel 1980. Gli esperti di marketing ritengono che le cause di questi problemi siano imputabili a:

- l'immagine antiquata delle Alpi in estate – semplicemente paesaggio, natura e gite offrono troppo poco.
- la dipendenza dal tempo meteorologico – in caso di pioggia niente eventi.
- la sostituibilità delle offerte estive – non ci sono elementi di spicco unici al mondo.
- la notorietà delle Alpi – la gente vuole offerte ed esperienze sempre nuove.

Per farla breve, rispetto alla concorrenza, le Alpi offrono troppo poca avventura. Perciò, da qualche tempo, gli esperti raccomandano alle Alpi di offrire ciò che sul mercato europeo del tempo libero si è già chiaramente dimostrato di successo: aumentare l'avventura con grandi eventi e parchi per il tempo

## Nell'era post-moderna, l'attenzione è la merce più rara

libero. Gli esempi sono già numerosi. Grandi eventi come concerti rock con star internazionali o eventi speciali per l'apertura o la chiusura della stagione si svolgono anche d'estate nelle regioni d'alta montagna e nei pressi delle stazioni delle ferrovie alpine, sempre più spesso trasformate in parchi avventura con grandi spazi per i giochi dei bambini, in parchi faunistici, percorsi avventura, piste di go kart, piste da bob estivo e dotate di nuove attrezzature tecniche che ricordano i luna park delle feste popolari.

Inoltre vengono allestite piattaforme panoramiche sulle vette in prossimità delle funivie, per migliorare la vista e poter offrire altre cose, che vanno dal rifugio al ristorante, sino al piccolo hotel, e si costruiscono percorsi avventura – (per il momento) generalmente dedicati ai bambini – che partono dalla stazione. Oppure si discute di installazioni luminose notturne per importanti cime simbolo. Nel caso di alcuni progetti spettacolari è evidente che non si tratta della realizzazione, ma solo della volontà di finire sui giornali e di richiamare l'attenzione a livello internazionale.

Tutti questi investimenti perseguono l'obiettivo di valorizzare l'estate, facendo delle Alpi un gigantesco parco divertimenti all'aperto. Poiché tuttavia, secondo la logica intrinseca del postmoderno, queste offerte, per restare interessanti, devono venire ingrandite e innovate in continuazione, si innesca una spirale senza fine.

### Quali esperienze fare nelle Alpi?

Per quanto giusto e sensato sia che la gente desideri vivere esperienze molteplici e diversificate nelle Alpi, occorre però stare attenti che la costante ricerca del meglio non si ridu-



Table dance e specialità da Corfù offerti presso la cittadella della birra Zillertaler Bierstadt.

ca alla mera esperienza di stress e agitazione. Per quanto sia comprensibile che si cerchi di arricchire la propria vita con l'avventura, spendendo del denaro, l'umanità sa da tanto tempo che le cose più importanti non possono essere comprate. Le Alpi sono sinonimo dell'affascinante contatto con una natura potente, bella eppure minacciosa. Questa esperienza ha una duplice natura: se si desidera vivere e godere le Alpi come un «bel» paesaggio, l'esperienza diventerà presto piatta e stantia, in quanto verrà a mancare l'aspetto minaccioso, del pericolo e del mistero. È proprio questo aspetto invece che può indurre ad affrontare personalmente la natura, vivendo esperienze profonde ed emozionanti. La soluzione non è mettere in scena le Alpi come un parco divertimenti all'aria aperta. Molto più importante sarebbe trasmettere in modo mirato l'idea che occorre motivare le persone a vivere esperienze personali anziché acquistarle. ■

Werner Bätzing  
Università di Erlangen-Norimberga/D

**E. Hanzig-Bätzing/W. Bätzing: Entgrenzte Welten.  
(mondi sconfinati)  
Rotpunktverlag, Zurigo 2005.**

L'appropriazione e la rappresentazione delle Alpi da parte dei loro abitanti e ammiratori

## ... e fuori dalla finestra lo spettacolo della natura

**Da due secoli, da quando cioè osserviamo le Alpi dall'esterno nel loro complesso, le raffiguriamo in base alla nostra immaginazione. Solo grazie a questa percezione, ci siamo resi conto che la natura è fragile e il mondo non è infinito. Ora, con gli stessi strumenti con cui le abbiamo trasformate, vorremmo riportare le Alpi a una condizione ideale. Un paradosso?**



© Fabian Lippuner

**Il ristorante Schäfler nell'Alpsteingebiet/CH sovrasta il mare di nebbia.**

Non ci si avvicina più alle Alpi in modo innocente. Una volta, non erano altro che ambiente di vita per alcuni (le popolazioni che le abitavano) e luogo di passaggio per altri. Ma da due o tre secoli, cioè da quando sono viste come un tutt'uno, all'interno di paesi e al centro di un'Europa anch'essa considerata un tutt'uno, le Alpi sono oggetto di programmazione territoriale, di tutela, di distribuzione dei paesaggi, di patrimonializzazione, e vengono dotate di infrastrutture in base all'idea d'insieme che si ha di esse. In altri termini, da due secoli, le Alpi vengono organizzate così come vengono immaginate. Da qui l'idea di trasformarle in palcoscenico. Di seguito alcune immagini per illustrare questa idea.

Quando gli Stati, nella prima metà del XX secolo, hanno creato i loro primi parchi nazionali nell'arco alpino, non si sono preoccupati di tutelare gli ecosistemi o di contribuire alla preserva-

zione della biodiversità. La maggior parte delle volte, si sono dedicati a proteggere paesaggi emblematici, come la Bérarde in Francia, e le distese per la grande fauna selvatica, come sul Gran Paradiso. Proteggono, quindi, una certa immagine della natura e delle Alpi intese come risorsa naturale.

Quando vengono costruiti i primi grandi alberghi per i turisti, amanti dei paesaggi e degli ambienti alpini, al Righi come a Chamonix, a Interlaken come a Cortina, gli architetti li immaginano come tanti edifici teatrali con tutti gli annessi e connessi un'astuta concatenazione di camere e di spazi comuni, una serie infinita di servizi dentro e fuori l'edificio e, oltre le finestre, il grande spettacolo della natura. Questi alberghi sono stati dunque i primi ad aver spettacolarizzato le Alpi.

Quando poi, nella prima metà del ventesimo secolo, ferrovie eroiche e strade sinuose fanno la loro comparsa sui versanti

alpini, spesso la segreta speranza è che la traccia di queste opere eccezionali possa rilanciare la qualità dei paesaggi alpini o, perlomeno, che ne possa rendere migliore la contemplazione. Queste infrastrutture hanno rappresentato, almeno per un certo lasso di tempo, gli strumenti, ma anche uno dei motivi di questa spettacolarizzazione. Ingegneria civile e scenografia, all'epoca, andavano proprio d'accordo!

Quando, con pazienza, si falcia l'erba di un prato per mantenerlo, oppure si collezionano oggetti tradizionali o ancora si conservano saperi ancestrali, con il beneplacito delle autorità e avvalendosi dei sussidi pubblici, lo si fa quasi sempre in nome della conservazione di un'immagine delle Alpi che non si vuole sacrificare sull'altare del modernismo, della produttività e della logica contabile. Questo patrimonio fa parte della rappresentazione che noi diamo delle Alpi, e le contrassegna con la sua impronta.

Oramai da parecchi secoli, le montagne sono trattate e trasformate partendo dall'idea di insieme che noi ci siamo fatti di loro, come se si trattasse di un serbatoio della natura, di un oggetto da contemplare, di una collezione di paesaggi, di una teca di ricordi, o come se fossero la scena teatrale cui guardare con piacere divertito.

### Arredare le Alpi

A dire il vero, le cose stanno così da quando si parla delle Alpi con un certo distacco o, per meglio dire, da quando ci si è inventati un'alternativa rispetto al punto di vista endogeno, cioè quello dell'abitante dell'altopiano che pensa innanzi tutto al suo ambiente di vita e che agisce direttamente sullo stesso. Guardando invece alle Alpi da un punto di vista esogeno, si immaginano come un tutt'uno o comunque, anche guardandole dall'interno, ma sempre con la consapevolezza che all'esterno ci sono persone che la pensano in modo diverso, esse sono diventate un oggetto di proiezioni intime e collettive, un oggetto da modellare in funzione di una visione del mondo in cui occupano un posto insieme a tanti altri oggetti. La nostra modernità riguarda proprio questo. Essa si basa su una visione del mondo, della natura, della storia e della società, che attribuisce ai luoghi e alle grandi regioni dei ruoli da svolgere. Oscilla fra la realtà della montagna e il modo di viverla, rappresentazioni di insieme che condizionano i nostri

comportamenti e le nostre esperienze. Offre una serie infinita di tecniche che consentono di modellare questa realtà sull'immagine di queste rappresentazioni. Moltiplica le forme di mediazione che orientano il nostro modo di interfacciare la realtà alpina: le pitture murali e i panorami di una volta, le pubblicità di oggi, gli innumerevoli belvedere segnalati come tali nelle aree di servizio delle autostrade e in cima alle teleferiche, gli omaggi lasciati qua e là agli artisti del luogo, ai turisti del passato, alle popolazioni che ci hanno preceduto, ecc. Da molto tempo, e sempre di più, il nostro approccio alle Alpi è oscurato e al contempo arricchito dalle immagini e dai discorsi che ci troviamo davanti.

Questo ci deve rallegrare o ci deve dispiacere? Ha senso que-

## Le Alpi si trasformano in oggetto di proiezioni intime e collettive

sta domanda quando ci troviamo di fronte a un imponente movimento di civilizzazione? Infatti, questo tipo di evoluzione non riguarda esclusivamente le Alpi. In un mondo in cui la circolazione delle persone, dei beni e delle immagini aumenta sempre più, è l'insieme delle realtà che si trova avvolto da una sorta di velo da rappresentazione; quella che le nostre società moderne mettono in scena è l'intera realtà, perché si è rinunciato alla semplicità e all'immediatezza con la quale le società tradizionali abitavano il loro mondo. Rallegrarsi o dispiacersi? Non è questa la cosa importante. Il tentativo è semplicemente quello di capire come noi viviamo lo stato delle cose e di vedere le responsabilità cui dobbiamo far fronte.

La nostra esperienza del mondo è oggi più ricca di quanto non lo sia mai stata in passato. Lo stesso si può dire per la tendenza a riflettere sulle nostre azioni e sui nostri ambienti di vita. Se è necessario che le nostre immagini riflesse della realtà prevalgano sul contatto diretto con quest'ultima, perché no? Tanto più che le nostre società moderne gestiscono il gusto della compensazione con finezza: non si è mai tanto tutelata e praticata la natura di per sé come dopo aver assunto consapevolezza della sua fragilità e della finitezza del mondo; non si è



Dalla transumanza allo sci. Confronto tratto dal volume «Hinter den Bergen» di Lois Hechenblaikner; vedi consiglio per la lettura a pagina 22.



© Lois Hechenblaikner

Quel che resta sono solo i costumi. Confronto tratto dal volume «Hinter den Bergen» di Lois Hechenblaikner; vedi consiglio di lettura a pagina 22.

mai cercato tanto di impregnarsi di patrimonio come dopo che ci siamo sentiti in un vortice di cambiamenti incessanti, a volte addirittura ubriacanti; parimenti, non si è mai sentito così tanto il bisogno di un contatto diretto con la realtà delle Alpi tanto da rendere le loro immagini presenti ovunque. L'entusiasmo delle nostre società per l'escursionismo, il giardinaggio, il lavoro della materia, in altri termini per l'esperienza sensibile della realtà, è all'altezza della nostra propensione a contemplare le Alpi attraverso i libri, i film, i musei e le esposizioni, vale a dire attraverso innumerevoli mediazioni rinvenibili ovunque.

### Visione, tecnica - e responsabilità

Lo stesso possiamo dire per l'assetto territoriale della montagna. Anche in questo caso, il paradosso trionfa. Da due secoli, sono stati moltiplicati gli stratagemmi per rendere la montagna ancora più montagna. A Montréal, verso il 1870, un famoso paesaggista statunitense Frederick Olmsted si è visto affidare la creazione di un parco pubblico in cima a una pesante collina vicinissima al centro della città più grande e più prospera del Canada di allora. Gli abitanti della città di Montréal da sempre amavano chiamare questa collina, il Mont Royal, «la Montagne» (la Montagna). Olmsted decise di prenderli in parola e scrisse nell'esposizione del suo progetto «avete scelto di prendere una « montagna » per il vostro parco, ma, invero, è una montagna che a mala pena merita questa definizione (...), tanto il suo aspetto montagnoso è limitato. Tuttavia, è proprio su questa qualità relativa che ritroviamo la sua risorsa. Sarebbe un rammarico farne una cosa diversa da una montagna». Per otto anni, Olmsted ha lavorato alacremente nel sistemare le rocce, piantare alberi importati, tracciare sentieri, modellare il paesaggio, pensando all'ideale alpino che gli avevano insegnato i libri di John Ruskin. Il risultato è di rilievo, ben lontano dal kitch che avremmo potuto temere. Il parco del Mont Royal, ancora oggi, rappresenta uno dei parchi pubblici più belli del Canada.

Il caso della Montagna degli abitanti di Montréal è un esempio estremo, ma assai emblematico dei nostri modi di organizzare oggi le Alpi. La figura del paesaggista è forse meno onnipotente, ma la preoccupazione di modellare la montagna è per-



© Lois Hechenblaikner

vasiva. Politiche paesaggistiche, architettura neo-regionale, rinaturalizzazione dei corsi d'acqua, riqualificazione di quartieri urbani e di stazioni sciistiche, assetto e organizzazione di luoghi turistici, politiche agro-ambientali, spettacoli di luci e suoni, ecc. Un'infinità di iniziative che mirano a modellare l'apparenza della realtà in nome di una certa idea acquisita delle Alpi. La nostra società moderna ama le immagini e le tecniche che mettono in sintonia realtà e immagini, anche a costo di spingere questo esercizio fino al paradosso ultimo rappresentato dalla rinaturalizzazione delle Alpi, dei loro versanti, dei loro fiumi, dei loro siti degradati, ecc. Per quanto questo senso di responsabilità per l'ambiente possa essere lodevole e necessario, riconosciamo però che niente è più paradossale che voler portare le Alpi a uno stato di natura ideale, avvalendosi di un sapere tecnico sofisticato, quello stesso che ha consentito di trasformarle. Immagine, tecnica e responsabilità: ecco forse le parole chiave del nostro atteggiamento collettivo nei confronti delle Alpi, domani. ■

Bernard Debarbieux

**Bernard Debarbieux, Claude Marois, 1997:**

**«Le Mont Royal: forme naturelle, paysage et territorialités urbaines», Cahiers de Géographie du Québec, vol. 41 (fr).**

**Bernard Debarbieux, 1998: «The mountain in the city: Social uses and transformations of a natural landform in urban space», Ecumene, vol. 5, number 4 (e).**

## L'invenzione del paradiso

**La ricerca del paradiso nelle Alpi da parte dell'uomo è un fenomeno relativamente nuovo. Questo anelito, nato da nobili viaggiatori inglesi del XIX secolo, non sempre è stato soddisfatto. Una panoramica dell'architettura alpina con Köbi Gantenbein, capo redattore della rivista «Hochparterre».**

Nessuna architettura al mondo è stata mai capace di rendere produttive le montagne quanto l'architettura svizzera. Jean-Jacques Rousseau accese la lampadina 200 anni fa. Dopo che ebbe formulato la sua teoria del buon selvaggio, dalle città i primi turisti cominciarono a raggiungere i monti. Aveva avuto inizio una spettacolare caccia all'oro. Spettacolare, non perché l'oro fosse all'interno della montagna, ma perché qui lo spettacolo andava dapprima inventato, costruito, arredato, abbellito a parole e illustrato con immagini, insomma, messo in scena. Lo chalet fu il primo trionfo dell'architettura svizzera nel mondo. All'esposizione mondiale di Londra del 1887, la «Swiss House» era promessa di paradiso e reclame di turismo. Bisogna poi immaginare cosa abbia significato lassù sulle montagne realizzare tra la fame, i sassi, i lunghi inverni, una bella luce e non molto di più, luoghi di ritrovo per le classi dirigenti con tutti gli annessi e connessi. E nomi come St. Moritz, Zermatt, Gstaad risuonavano nei salotti della grande città.

### Rovine dell'illusione

All'invenzione del paradiso sono associate abilità tecniche come la costruzione di trafori, attraversare e scalare montagne tramite ferrovie, funivie e funicolari, seggiovie e skilift. Tuttavia, a 1800 metri sul livello del mare, oltre all'ingegneria occorreva e occorre innanzitutto creare l'illusione della vita urbana e costruirne la scenografia con ingegnosità e talento da regista, dotandola di elettricità, comfort di ogni tipo, approvvigionamenti, smaltimenti e servizi sempre disponibili: una scenografia opulenta, dissipata ed estranea al luogo sin dagli albori. Queste opere d'arte nacquero nella seconda metà del XIX secolo. Le loro rovine si vedono ancora oggi, come sul Maloja, dove un conte e speculatore belga ha fatto erigere il Maloja Palace. C'erano rappresentazioni a ogni ora e se gli ospiti lo desideravano, nel salone venivano allestite notti veneziane con camerieri che, cantando,

si spostavano in gondola da un tavolo all'altro. Dopo pochi anni, il palazzo fece bancarotta, ma ormai aveva coniato un archetipo eterno, in cui turismo e rappresentazione sono inseparabili. E il copione, anche dopo il declino del conte, resta sempre lo stesso, seppure con varianti sempre più fantasiose. Le visioni paradisiache dei clienti vanno servite con un brivido sempre nuovo.

### Spredo di energie e fantasia

Al turismo restò dunque associato l'irrefrenabile spreco di idee, ma anche di materiali ed energie, una caratteristica che continua a contraddistinguere le opere architettoniche per i turisti. Rispetto alla diretta utilità, tutto ciò è filosoficamente e moralmente insostenibile come null'altro. Qualsiasi critica che attacchi le allegre case dei Walser in stile tirolese, gli chalet gonfiati o la brutta immagine di paesi come ad esempio St. Moritz, Zermatt, Gstaad o Crans Montana è destinata a cadere nel vuoto.

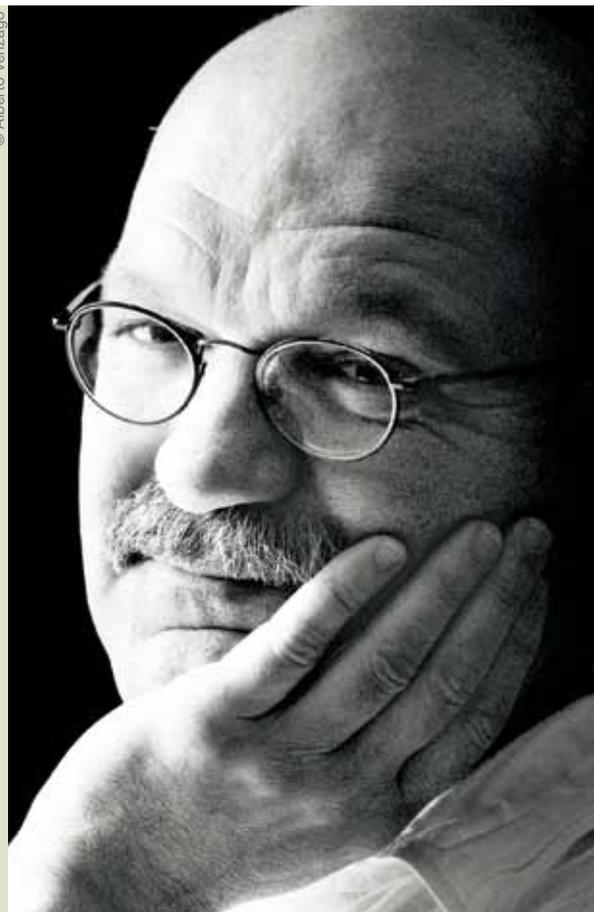
E chiunque lodi l'abile impacchettamento che Samih Sawiris fa dell'architettura contemporanea nella sua nuova Andermatt deve sapere che qualunque cosa costruirà vi saranno sprechi nella realizzazione come pure nella gestione. La critica non deve quindi porre nel mirino i problemi estetici della messa in scena e la presunta perdita di senso di appartenenza e di percezione del paesaggio, bensì l'incredibile consumo di energia, materiali e fantasia utilizzati per costruire e gestire i nuovi hotel, le seconde case, i cannoni da neve fino in valle e per ampliare le strade sino ai pascoli. ■

## Fautore di un'architettura alpina contemporanea

© Alberto Venzago

Köbi Gantenbein è capo redattore della rivista svizzera di architettura «Hochparterre». Lavora e vive a Zurigo e Fläsch nel Cantone dei Grigioni. Nella sua carriera in ambito turistico ha fatto il caddy, il portiere d'albergo, il maestro di nuoto, il maestro di sci e il cameriere.

[www.hochparterre.ch](http://www.hochparterre.ch) (d)



Stondo:  
tramonto sulla cresta  
Jubiläumsglat/D  
Regina Preissler

# Le Alpi messe in scena

Panoramica delle più disparate rappresentazioni scenografiche del territorio alpino. Tutte hanno una cosa in comune: non modificano solo la montagna, ma anche la nostra visione e percezione.

Regina Preissler,  
stagista CIPRA Internazionale



© Andreas Sapolyan

## Teatro di guerra e di pace

Tra il 1915 e il 1917 le Dolomiti furono il fronte alpino meridionale della Prima Guerra Mondiale. Su queste vette l'esercito italiano e quello austriaco si fronteggiarono in una violenta battaglia di posizione. Lungo la vecchia linea del fronte passa oggi la via della pace, un sentiero lungo circa 500 km allestito a metà del XX secolo sui sentieri utilizzati dai soldati durante la guerra, che attraversa le Dolomiti italiane tra Trentino, Veneto e Alto Adige e si annovera tra le principali escursioni storiche del Nord Italia.

[www.dolomiti.org/it/de/en/fr/pl](http://www.dolomiti.org/it/de/en/fr/pl)



## L'avventura ai climi temperati

Chi non ha sempre sognato di passare una notte in un igloo? Nel paese degli igloo si può, quasi come farebbe un Inuit, però con la sauna e la slitta di salvataggio. I villaggi si trovano nella stagione invernale in sei località in Germania, Svizzera e - se non volete le Alpi - che ne dite di una romantica notte in una suite igloo nel Principato di Andorra?

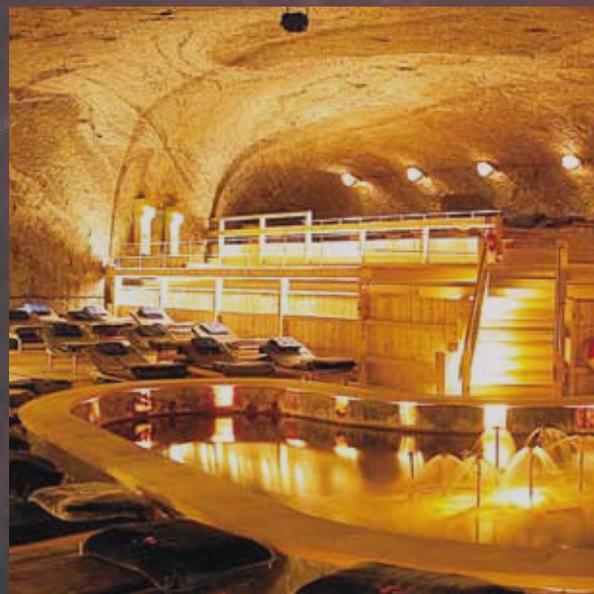
[www.iglu-dorf.com/en/d/it/](http://www.iglu-dorf.com/en/d/it/)



## Distensione sotto terra

Nella miniera di Salgemma di Berchtesgaden/D si trova un igloo occidentale. Oltre al quotidiano «ingresso semplice» nella galleria, l'offerta comprende anche numerosi programmi per i bambini o le notti magiche sonore con pernottamento.

[www.salzstollen.com/de/en/](http://www.salzstollen.com/de/en/)



### Complesso di cemento armato sotto tutela artistica

La località sciistica francese di Flaine nell'Alta Savoia è nata negli anni 60 sui prati verdi per opera di una manciata di maniaci dell'architettura che ruotavano attorno a Marcel Breuer. Segnato dalla visione urbanistica e architettonica del maestro della Bauhaus, il resort da 6000 anime situato a 1600 metri sul livello del mare è oggi considerato un complesso di altissima qualità architettonica. Gli edifici in cemento armato, situati nel raggio di 500 metri dall'hotel «Le Flaine» e dotati di tutte le raffinatezze tecniche dell'epoca, sono sottoposti a tutela artistica. Tutto intorno però imperversano le pulsioni speculative ...

[www.flaine.com](http://www.flaine.com) (en/fr)



Prospettiva dei progetti del Flaine F. 1965 © Bild Archives G. Chevaz

### Croce del pellegrino sull'Ölberg

La Croce del pellegrino, la più grande croce di legno del mondo, accessibile internamente, costruita a Veitsch/A nel 2004, non è solo un simbolo di fede visibile anche da lontano, ma rappresenta anche un modello di uso particolare del legno locale.

[www.pilgerkreuz.at](http://www.pilgerkreuz.at) (de)

la l'unico galleria curativa di sale dell'Europa  
ella grotta, in cui il visitatore resta per circa due  
ingressi speciali, come i fiabeschi ingressi per



### Manifesto della sicurezza a lume di candela

Le strutture di protezione antivalanga dello Schiahorn sopra Davos/CH nella notte dal 15 al 16 agosto 2004 si sono trasformate in un'opera d'arte illuminata: il manifesto della difesa delle Alpi messo in scena con 5.000 candele dagli artisti Ulrich Studer e Alexandra Melar.

[www.studermelar.ch](http://www.studermelar.ch) (de)

© Alexandra Melar



## Nuovi megaprogetti turistici: la salvezza delle Alpi?

**I megaprogetti turistici sono fonti di speranza a livello regionale o galline dalle uova d'oro solo per i grandi investitori? Mario Broggi della Fondazione Mava per la natura si chiede chi ne tragga profitto e chi invece ci perda.**

Andermatt è sulla bocca di tutti. Su una superficie di 1,5 milioni di metri quadri situata nel Canton Uri in Svizzera, sorgerà una meta turistica di lusso con un numero di posti letto che oscilla tra i 3000 e i 5000, 710 appartamenti, 30 ville. I costi oscillano intorno al miliardo di euro. Un megaprogetto reso possibile dall'investitore egiziano Samih Sawiris. Non più di due o tre anni fa, uno studio del Politecnico Federale di Zurigo aveva catalogato questo territorio tra le «aree abbandonate delle Alpi»: Andermatt ha dunque vinto un terno al lotto?

Una rapida occhiata al centro storico protetto del paese mostra che gli hotel della Belle Epoque sono ricoperti da una patina di vecchiume. I tempi gloriosi del transito attraverso il Passo del San Gottardo sono finiti. Colpa del tunnel stradale più lungo d'Europa che passa più in giù. Ma non basta: anche l'esercito, finora il maggior datore di lavoro della zona, ha deciso di ritirarsi dalla mitica postazione, cuore del dispositivo svizzero nella Seconda Guerra Mondiale. Il declino è dunque completo.

Ma adesso arriva il riscatto, per il quale tuttavia si chiede ad Andermatt di sa-

crificare l'area di sette fattorie. Seppure troppo lentamente per il Signor Sawiris che ha fatto esperienza sul Mar Rosso. Le autorità comunali, cantonali e federali gli stanno venendo incontro in tutti i modi, accelerando le pratiche di autorizzazione rispetto ai normali tempi svizzeri. Il Consiglio federale «per interessi di politica statale» ha esonerato il progetto dall'obbligo di richiedere il consenso per l'acquisto di immobili da parte di persone residenti all'estero dopo sole tre settimane dal ricevimento della domanda. Comprensibile che il vallese Jean-Michel Cina, direttore cantonale dell'economia pubblica esiga le stesse opportunità per il suo cantone. In tutta la Svizzera sono in progetto circa 50 altri resort turistici per un volume d'investimenti pari a circa sei miliardi di franchi. Che brame scatenerà tutto ciò?

### Successo senza garanzia

L'idea di questi grandi resort per il tempo libero non è proprio del tutto nuova. Basti pensare a quelli costruiti sulle Alpi francesi o nel Vallese durante gli anni 60. La svizzera Thyon 2000 ad esempio, malgrado l'euforia iniziale, è fallita ed è stata successivamente svenduta

a un prezzo ridicolo. Sebbene la concentrazione in un unico soggetto delle offerte di pernottamento, servizi, ristoranti, tempo libero avesse il suo fascino al passo coi tempi, non ne è conseguito un successo economico sostenibile. La costruzione tout court, concentrata sulla vendita degli appartamenti per ottenere un guadagno veloce, resta però allettante. Oggi invece occorrerebbero soldi per gestire i cosiddetti posti letto caldi, cioè quelli affittabili, non seconde case destinate a restare vuote. È un'operazione costosa e poi chi controlla? È difficile superare la logica dell'investimento di breve respiro a favore di un'imprenditorialità durevole e impegnata sul lungo periodo.

### Il paesaggio è qualcosa di più che semplice idillio

Il mondo è scosso dalla bolla immobiliare americana. Ma i resort, non rappresentano anche loro una bolla di sapone speculativa? Per i resort, anche i più piccoli, ci vuole tanto terreno che si trova più facilmente proprio dove le condizioni economiche sono precarie. Il bel paesaggio è il capitale del turismo. Almeno così sta scritto nelle linee guida. Eppure il paesaggio non è solo idillio, ma anche spazio di vita e d'azione per chi ci abita. Si tiene sufficientemente conto delle esigenze della popolazione residente? Come si conciliano i progetti grandiosi con le peculiarità regionali? È legittimo temere che i successi a breve termine, che mettono in scena un mondo artificiale, si scontrino presto con luoghi reali in un tempo reale. I resort sembrano essere al momento un megatrend turistico, ma la loro realizzazione deve essere compatibile con i criteri della pianificazione territoriale e della sostenibilità, oltre che redditizia. Una quadratura del cerchio? ■



© CIPRA International

### Specialista dello spazio naturale alpino

Mario F. Broggi, attualmente consigliere della Fondazione MAVA per la natura, nella quale svolge la funzione di coordinatore per le Alpi, è stato Presidente della CIPRA dal 1983 al 1992 e direttore dell'Istituto federale di ricerca per la foresta, la neve e il paesaggio dal 1997 al 2004.

[www.mava-foundation.org](http://www.mava-foundation.org) (d/f/e)

Dibattito tra Kai Elmauer e Rudolf Erlacher

## Un cannocchiale polarizzante

**Riguardo al centro naturalistico a forma di cannocchiale posto sul precipizio del Karwendel in Baviera/D gli animi e le opinioni si dividono. È giusto costruire opere spettacolari per difendere la natura? O meglio, la natura ha proprio bisogno di una simile messa in scena per sopravvivere? Dibattito tra Kai Elmauer co-iniziatore del Mondo della montagna Karwendel e Rudolf Erlacher della Società per la ricerca ecologica.**

© Dr. Klaus Lintzmeyer



**Progetto Karwendel presso Mittenwald/D: riuscita rappresentazione didattica del paesaggio o rovina delle Alpi?**

**Signor Elmauer, il Mondo della montagna Karwendel intende costruire un monumento alla natura, ma con questo imponente e spettacolare edificio non ha piuttosto costruito un monumento all'architettura?**

Kai Elmauer: ovviamente no. Questo edificio non è lì perché volevamo costruire una casa sulla montagna. Questa struttura è al servizio di una didattica accessibile a tutti. Per me questo è un criterio fondamentale per l'architettura nelle Alpi. È stato creato per proteggere il Karwendel e indurre le persone ad avere un atteggiamento sensibile verso la natura.

**Signor Erlacher, lei è un deciso oppositore del Mondo della montagna Karwendel. Cos'ha di così brutto**

**questo edificio?**

Rudolf Erlacher: mi chiedo come si voglia indurre le persone ad avere un atteggiamento sensibile verso la natura, piazzando nel paesaggio un cannocchiale di quelle dimensioni. Stando seduti accanto all'arrivo della funivia non si vede nemmeno più la valle! L'edificio s'impone alla natura, la sottomette.

**È contrario per principio all'architettura in alta montagna, signor Erlacher?**

Erlacher: l'architettura c'è sempre stata nelle Alpi, malghe, rifugi, per consentire all'uomo di muoversi, operare e trovare riparo. Queste costruzioni rappresentano un approccio sensibile alla natura, non quel mostro, quel tirannosauro.

Elmauer: Sì, ma adesso guardiamo davvero ai fatti: il cannocchiale è situato sotto la costa della montagna, ha una forma rotonda e un rivestimento in legno che col tempo assumerà il colore delle rocce. Non si impadronisce della natura, ci si adatta.

**Signor Elmauer, non bastava un edificio più piccolo nello stile della stazione?**

Elmauer: No. Doveva essere appunto spettacolare, perché la gente non ne dimenticasse il messaggio. Il cannocchiale coglie un simbolo della vita di montagna, libera lo sguardo in avanti, verso la valle, dove l'uomo si è creato il suo ambiente, ma anche indietro, verso la natura da proteggere. Il tutto poggia su un supporto sottile che simboleggia

l'equilibrio tra natura e cultura, esattamente il compito che ci dobbiamo assumere.

Erlacher: Equilibrio? La ferrovia sul Karwendel è stata costruita nel 1967 in un territorio che era area protetta già dal 1957. Già allora, per la prima volta, l'equilibrio è stato sbilanciato. Poi, siccome il bilancio della ferrovia è sempre stato in rosso, si sono rese necessarie altre innovazioni, nuove attrattive. Il risultato è il Mondo della montagna Karwendel, l'opera che, nelle sue parole, dovrebbe rappresentare l'equilibrio, proprio quella che invece lo ha sensibilmente deturpato per la seconda volta.

**Il comune di Mittenwald ha bisogno di qualcosa di spettacolare per attirare i turisti, signor Elmauer?**

Elmauer: Se qualche abitante di Mitten-

**Kai Elmauer:  
«L'ambientalismo  
deve uscire dal suo  
cantuccio!»**

wald guadagna qualche euro grazie al Mondo della montagna Karwendel credo che non ci sia nulla da ridire. Ma non è questo il punto. Il cittadino di Monaco vuole e ha bisogno di riposo, altrimenti perde il suo equilibrio, e allora viene qui, che ci piaccia o no. Se vogliamo evitare altri insediamenti selvaggi, la costruzione di strade, la diffusione di sentieri alpini, dobbiamo informare la gente. Non si possono tenere le persone fuori dalla natura, signor Erlacher, all'insegna del motto: «Stai fuori, altrimenti la danneggi.», ma nemmeno lasciarla semplicemente entrare!

Erlacher: Su questo ha ragione, dobbiamo informare la gente. Ma qual è il messaggio del Mondo della montagna Karwendel? Se voglio informare le persone sulla natura e allestisco un osservatorio, devo aver chiaro in mente che, con la semplice osservazione, modifico ciò su cui voglio informare. Lei propugna l'equilibrio e nello stesso tempo lo sbilancia. Pensi solo a quale intervento sulla natura è occorso per consentirne

l'osservazione, a suo dire per proteggerla. Qual è il suo messaggio? È «nonostante tutto!» In fin dei conti, le pernici bianche sono ancora vive, malgrado tutto il cemento, nonostante la fascia detritica, malgrado il frastuono e le scavatrici.

Elmauer: non abbiamo costruito il nostro Mondo della montagna in mezzo alla natura, bensì al margine dell'area protetta, vicino all'arrivo della funivia, per poter orientare da lì l'utilizzo degli spazi. E ora centinaia di migliaia di persone vi si recano per imparare, per informarsi su come salvaguardare la natura.

**Signor Erlacher, non dovrebbe anche lei rallegrarsi per ogni persona che si interessa alla mostra?**

Erlacher: Sì, ma chi va lassù? e perché? Non sono certo alpinisti appassionati che vogliono imparare come trattare con cura la natura. Sul sito Internet il Mondo della montagna Karwendel viene pubblicizzato sfruttando il fattore del brivido dato dalla posizione del cannocchiale, posto sul precipizio. E allora la gente è incuriosita, sale e impara, più o meno per caso, che ci sono anche delle pernici bianche che occorre proteggere. Va bene, ma per questo basterebbe tirare una fune tutto intorno, per evitare che tutti corrano là. Punto.

Elmauer: Non ci sono ospiti sbagliati! Per raggiungere il nostro comune obiettivo abbiamo bisogno di tutti. Sappiamo bene dove siamo arrivati con i nostri divieti e le nostre funi. Da tempo abbiamo abbandonato la strategia delle migliaia di cartelli con lunghissimi testi informativi: non funziona. Lei, signor Erlacher, sostiene che la trasmissione mediale non va bene. Perché? Là, dentro la mostra, il visitatore può vedere il camoscio, lo può toccare – è con l'esperienza che vengono suscitate emozioni grazie alle quali è più efficace sensibilizzare! Non con la teoria.

**Vuol dire quindi che la natura ha bisogno della messa in scena, della trasmissione mediale per sopravvivere, signor Elmauer?**

Elmauer: Non la natura, ma l'uomo che



© Dr. Klaus Lintzmeier

**Pro: Kai Elmauer**

Kai Elmauer, nato nel 1965, mediatore, laureato in economia forestale e perito industriale, è specializzato nel coordinamento e nella consulenza di progetti transfrontalieri e intersettoriali nell'ambito della protezione della natura. Elmauer è titolare dell'istituto «elmauer institute» (Hallbergmoos/D, Innsbruck/A, Abbotsford/CDN), è membro del consiglio di amministrazione della VAUNA e.V., un'associazione operante nel campo della protezione delle specie, della natura e dell'ambiente, è membro del comitato specialistico dell'Ufficio tecnico della Camera di Commercio del Tirolo ed esperto del Environmental Advisory Committee (comitato consultivo per l'ambiente) di Abbotsford, sua città natale.

Kai Elmauer vive oggi vicino a Vancouver in Canada e viaggia soprattutto in Europa e Nord America.

Per il comune di Mittenwald ha assunto la guida del progetto Mondo della montagna Karwendel.

ha perso la coscienza e la ragione. Chi non desidererebbe che la gente si recasse spontaneamente nella natura, prendendo con sé un cannocchiale, e si mettesse così a osservare piante e animali, traendone conclusioni utili per la protezione della natura? Lei sa che questo non è realistico. La maggior parte dei bambini crede che le mucche siano lilla a macchie bianche. Quindi, gioco forza, dobbiamo attirarli qui, proprio

come gli adulti e, se necessario, proprio con edifici spettacolari. Cosa c'è di tanto sbagliato?

**Signor Erlacher, il Mondo della montagna Karwendel ha vinto il premio della Convenzione delle Alpi per il turismo sostenibile e innovativo - i giurati sono stati tutti colti da un colpo di sonno?**

### Contro: Rudi Erlacher

Rudi Erlacher, fisico e scalatore, nato nel 1949, da 20 anni impegnato a favore di uno sviluppo compatibile con la natura delle nostre montagne. Il suo obiettivo è quello portare l'estetica della natura e del paesaggio a essere considerata come qualcosa meritevole di maggiore tutela nell'ambito della protezione della natura in generale. Nel 1998 ha organizzato la mostra «Nuove belle Alpi» in collaborazione con la Società per la ricerca ecologica (Gesellschaft für Ökologische Forschung). Dal 2003 è vice-presidente dell'Associazione per la protezione della montagna (VZSB - Verein zum Schutz der Bergwelt e.V.), fa parte del comitato federale per la protezione della natura e dell'ambiente del club alpino tedesco ed è membro del gruppo di lavoro Alpi dell'associazione per la protezione della natura (Bund Naturschutz) in Baviera.

Rudi Erlacher vive e lavora a Monaco di Baviera.

Per l'agenda 2008 del VZSB ha redatto una critica al «cannocchiale del Karwendel» e alla mostra Mondo della montagna Karwendel.



© Dr. Klaus Lintzmeyer

Erlacher: Perlomeno a me non è molto chiaro su quale concetto di sostenibilità si siano basati. I costi sono saliti dalla cifra iniziale di 1.400.000 euro a 2.700.000: è evidente che non si tratta di una ponderazione sostenibile di costi e vantaggi. Per quanto riguarda la sostenibilità sociale, se aveste costruito qui in valle, sarebbe stata una cosa davvero bella. Il turista avrebbe potuto visitare la mostra nei giorni di cattivo tempo e informarsi, per soli 10 euro. Cosa fa invece adesso? Sale con la famiglia, non vede niente del panorama a causa delle nuvole e della pioggia, entra velocemente nella mostra, torna giù ed è costretto a pagare 50 euro. Magari poi ritorna su con il bel tempo, perché insomma vuol fare la sua esperienza. E siamo a 100 euro. Per me questa soluzione non è sociale, è una buffonata. Terzo: l'energia investita per piantare questo gigante da 1200 tonnellate di cemento a 2244 metri non può essere ecologicamente sostenibile.

Elmayer: La sostenibilità ecologica non si misura in altitudine, mi sembra una strana scorciatoia! Lei sa bene che abbiamo costruito come gli antichi egizi, trasportando la ghiaia con la funivia, per mescolarla su. Per quanto riguarda la sostenibilità sociale, perché 10 euro per la mostra a valle vanno bene, ma per la funivia no? È assurdo. La sostenibilità economica, poi, non si definisce attraverso l'ammontare dei costi di costruzione, bensì attraverso il senso dell'edificio. E questo è al servizio di una missione sociale e pubblica, cioè quella di salvaguardare le condizioni di vita della gente del posto e di proteggere il Karwendel. Insomma, i tre pilastri della sostenibilità sono garantiti

**Il signor Erlacher preferirebbe costruire i centri informativi a valle. Che cos'ha in contrario, signor Elmayer?**

Elmayer: Credo che non funzioni. Non si può dire alla gente: adesso, da bravo, prendi nota e tra due settimane, quando vai in cima, lo metti in pratica. Quando sarà il momento, due terzi li avrà già dimenticati. La didattica e l'esperienza diretta devono svolgersi in contemporanea. Per questo, non abbiamo solo la

mostra, ma offriamo anche escursioni guidate, esperienze dirette con le rocce, ecc.

Erlacher: Se parla davvero sul serio, se il Mondo della montagna Karwendel vuole fare scuola, allora già vedo con orrore centri informativi di questo tipo in tutte le aree protette, sul Watzmann, sul Zugspitze... A quanto pare dobbiamo proprio far passare la gente prima in un edificio, dove possono accarezzare un camoscio, prima di lasciare le persone libere di uscire in mezzo alla natura. Lei parla tutto il tempo di fiducia, ma persegue una didattica che non ripone la benché minima fiducia nella capacità di apprendimento delle persone. Ovviamente l'uomo è in grado di apprendere una cosa in prospettiva e metterla in pratica poi in pratica in un momento successivo.

**Signor Elmayer, perché ritiene di essere sulla strada giusta con il suo modello di didattica?**

**Rudi Erlacher:  
«Il cannocchiale fallisce di fronte al vero palcoscenico»**

Elmayer: Ci sono tanti turisti che ringraziano esplicitamente per la mostra. E anche tra le persone che vivono qui percepisco un cambiamento. Mai nella Valle dell'Isar si era discusso con tanto impegno di energia. Anche la collaborazione e il dialogo con le organizzazioni ambientaliste funziona molto meglio.

Erlacher: Ieri sono stato su, per molte ore, e ho notato che la gente entrava, si guardava un attimo intorno e usciva. Perché? Perché fuori era così bello e il cannocchiale all'interno non ha attrattive. Non ci riuscite affatto a indirizzare l'attenzione sulle vostre informazioni! È un errore concettuale: di fronte al vero palcoscenico il cannocchiale fallisce, attira la gente fuori!

Elmayer: Può esserne felice! Come fa a sapere esattamente che cosa ha capito il turista e che cosa no? Dobbiamo an-

dare a prendere la gente là dove si trova. Non possiamo sempre dire: questo non va, è sbagliato. Esca una volta per tutte dal suo cantuccio! Tutta la protezione della natura deve uscire dal suo cantuccio!

**Per proteggere la natura, è proprio**

**necessaria l'ascesi, signor Erlacher? Non ci si può anche divertire nella natura?**

Erlacher: Lei non immagina quanto io mi diverta nella natura! Ma perché la natura improvvisamente deve essere messa in scena dalla valle fino alla vetta? Perché concetti pedagogici ed estetici devono essere trasmessi con artefatti? Perché

vogliamo a tutti i costi vendere il paesaggio come se fosse un prodotto? Questo è il problema. Al centro non c'è più la natura, ma l'insieme Mondo della montagna Karwendel. Questo è ora il vero fatto sensazionale.

Elmayer: Signor Erlacher, a me sembra tutto molto astratto, mi faccia delle proposte concrete! Noi stiamo cercando un modo per coniugare protezione della natura e turismo. Se non ci riusciamo, gli abitanti di Mittenwald e di altri comuni non potranno più tenere qui i loro figli e avremo paesi e case abbandonate e questo non è affatto divertente.

**Quali sono le sue proposte concrete, signor Erlacher?**

Erlacher: Tutti i comuni cercano progetti per differenziarsi dagli altri. Cosa accadrebbe se Mittenwald con la sua mostra lassù dicesse: «Guardate qui, volevamo sensibilizzarvi sulla protezione della natura e invece ne abbiamo distrutto noi stessi un pezzo, lo abbiamo fatto con le migliori intenzioni, ma purtroppo era la strada sbagliata.»? Se questo fosse fatto con intelligenza, la mostra potrebbe davvero diventare un luogo unico per la protezione della natura e riflettersi sul marchio del comune di Mittenwald.

Elmayer: mi scusi, ma è assurdo! Sarebbe come aprire un menù e leggere prima una grossa avvertenza: «Mangiare e bere può danneggiare il vostro fegato...» Signor Erlacher, abbiamo lo stesso obiettivo, cerchiamo un percorso comune che abbia un senso per tutti. Vogliamo creare un centro che porti a riflettere e a discutere. La sua assistenza e critica collaborazione sarebbe davvero preziosa.

Moderatrice:

Elisabeth Schmidt-Landenberger,  
giornalista free-lance, Freiburg/D

## Didattica contro o al servizio della natura

Il 30 giugno 2008 è stato inaugurato il centro naturalistico del mondo della montagna del Karwendel. L'edificio progettato dall'Architetto Eberhard Steinert di Garmisch-Partenkirchen/D ha la forma di un gigantesco cannocchiale, lungo 34 metri, appoggiato su un sottile zoccolo di cemento posto su una cresta a 2244 metri di altezza. Il tubo di cemento rivestito di legno è chiuso sui due fronti da finestre che guardano rispettivamente sulla valle e sul nevaio del Karwendel, dove vivono le pernici bianche. La costruzione del «Mondo della montagna Karwendel» è costata 2,7 milioni di euro, quasi un milione e mezzo in più del previsto.

Secondo il committente, il comune di Mittenwald, e a detta del direttore del progetto Kai Elmayer, i flussi di visitatori attirati sul Karwendel contribuiranno a preservare questa straordinaria area protetta e anche a promuovere la salvaguardia della natura. All'interno del cannocchiale, in un'area espositiva di 200 metri quadrati è possibile informarsi sulle specie vegetali e animali delle Alpi e prenotare escursioni con esperti.

A marzo 2009, la Conferenza delle Alpi ha conferito al Mondo della montagna Karwendel un premio per il turismo sostenibile e innovabile. Tuttavia il «tubo sul precipizio» è un'opera che continuerà a far discutere. Durante la celebrazione gli oppositori hanno inscenato diverse forme di protesta, vedi foto.

[www.bergwelt-karwendel.de](http://www.bergwelt-karwendel.de)

© Dr. Klaus Lintzmeyer



Sempre più infrastrutture sulla Marmolada

## Megalomania: il nuovo mal di montagna

**Numerosi grandi progetti minacciano l'incomparabile mondo alpino delle Dolomiti. Ferrovie sempre più spettacolari richiedono altre strade di accesso, più posti letto e attrattive avveniristiche per occuparli. Quel che viene sempre dimenticato è la funzionalità di questi progetti.**



**Piattaforma d'arrivo sulla Marmolada, con la strada, costruita appositamente per i lavori di revisione della funivia.**

Da anni la Marmolada, regina delle Dolomiti, subisce offese insostenibili. Negli anni '70 una funivia ne violava la vetta (3325 metri) solcando l'ultimo grande ghiacciaio delle Dolomiti, imponendole un enorme cassone in lamiera proprio sulla cima di Punta Rocca. Nel 2005 il presidente della società impiantistica, Tofane Marmolada S.p.a., permetteva che il ghiacciaio venisse stracciato da una lunga pista di servizio per terminare i lavori di rifacimento dei tre tronchi della funivia che porta in vetta: 8 milioni gli euro a fondo perduto ottenuti dalla Regione Veneto per questo nuovo sviluppo. Ora la società ha bisogno di nuovi posti letto per alimentare la fame di passaggi della nuova funivia e per ottenere a breve tempo un ulteriore ampliamento dell'area sciabile verso il Trentino. Con un iter estremamente veloce e discutibile sul piano della trasparenza il consiglio comunale di Rocca Pietore (BL) si è recentemente espresso a favore della variante al Piano Regolatore (proposto dalla stessa società) che prevede la costruzione di un mega resort nella piana di Malga Ciapèla, a 1450 metri di quota, sotto l'imperiale parete Sud della Marmolada. Si tratta di un albergo con oltre 200 posti letto, aree con zone fitness, spor-

tive, commerciali, 52 baite residence, in pratica un villaggio diffuso che assorbirà gran parte delle risorse umane della valle. Un volume di 56.000 metri cubi dal costo di circa 50 milioni di euro.

### **Una catastrofe sociale ed economica**

Nel valutare l'impatto sociale di quest'opera non si è prestata attenzione al fatto che Rocca Pietore abbia 1451 abitanti (650 famiglie) e 1887 abitazioni. Federalberghi (organizzazione che rappresenta gli albergatori) attacca questo progetto affermando che in questo modo si svende il territorio. Il mega albergo sarebbe una vera follia anche perché nel bellunese solo il 40 per cento del potenziale delle strutture alberghiere viene davvero occupato.

Le associazioni ambientaliste locali allargano l'orizzonte e parlano di catastrofe sociale. Il nuovo complesso alberghiero demolirà l'economia diffusa del territorio, l'artigianato, il commercio, la socialità stessa in quanto le capacità lavorative saranno assorbite da questa struttura. Nel breve volgere di pochi anni si perderà definitivamente l'identità e la specificità locale



© Foto Riva, www.fotoriva.dolomiti.com

**Malga Ciapèla: non è abbastanza il frastuono della valle?**

dell'area della Marmolada in quanto tutto il turismo graviterà attorno alle necessità delle agenzie internazionali. Vi sarà una perdita del valore qualitativo del paesaggio in quanto la conca di Malga Ciapèla, posta sotto la maestosa parete Sud della Marmolada, risulterà completamente cementificata.

La stessa società ha intenzione di costruire un altro albergo avveniristico capace di oltre 180 posti letto anche a Sappada, in Alta Val Badia, altra famosa località dolomitica.

### **Una cattedrale senza pulpito**

In Alta Badia, sulle Dolomiti, la megalomania raggiunge ormai l'apice in forma di «capsula». Sul Piz La Ila a 2100 metri di quota dovrebbe sorgere una specie di navicella spaziale con una vista panoramica a 360 gradi e un diametro di otto metri. La costruzione futurista costituirà un rifugio esclusivo per VIP che potranno trascorrere la notte nelle Dolomiti ammirando le

## L'innovazione deve avere un ruolo funzionale

stelle o osservando al sicuro e all'asciutto della confortevole capsula la violenza delle intemperie. Pare che così l'ospite avrà l'opportunità di vivere la natura in diretta. Si tratta di forme architettoniche fantasiose del tutto nuove per il paesaggio delle Alpi. Non si tratta di temere le innovazioni in architettura né di volere conservare una montagna del passato. L'innovazione dovrebbe però rivestire un ruolo funzionale. Ad esempio, quando l'innovazione architettonica è ricercata per migliorare l'efficienza energetica – come nel caso delle case passive che utilizzano ampie vetrate – nessuna associazione ambientalista si è mai opposta all'uso di nuovi materiali o alla ricerca di nuove forme. Ma nel caso della Val Badia, con la «palla di vetro», anche se ideata dal famoso designer inglese Ross Lovegrove, ci si troverà in presenza di una proposta fine a se stessa, priva di contenuti culturali, di percorsi che migliorino la vivibilità degli ospiti o della zona. Ci troveremo in presenza di un «uovo-cattedrale», costruito solo per impressionare, per colpire. E mentre si colpisce, senza una reale conoscenza dei luoghi, si cancella l'esistente, l'identità locale, il genius loci, il vero carattere che dovrebbe indirizzare il turismo della qualità. ■

Luigi Casanova,  
vicepresidente di CIPRA Italia

Qui parlano della palla di vetro  
[www.architetturaedesign.it](http://www.architetturaedesign.it) (it).

## Crescere a ogni costo?

**Il convegno annuale della CIPRA dell'anno corrente analizza in modo critico e osservando da prospettive alpine diverse il Mantra della crescita infinita. Per farlo nel migliore dei modi, la CIPRA invita a Gamprin, in Liechtenstein, relatori di fama. Un programma di cornice molto ricco con escursioni e gruppi di lavoro offre diverse opportunità per approfondire diversi temi e allacciare nuovi contatti.**

La presunta logica della crescita si scontra sempre più spesso con i suoi limiti, di cui le problematiche del clima e del picco del petrolio rappresentano esempi. Tangibili. L'attuale crisi economica aumenta l'urgenza di un pensiero nuovo e di nuove azioni. Perché un punto è chiaro: il presente così come lo conosciamo non ha futuro, né sul piano economico né su quello ecologico.

Il convegno annuale della CIPRA, che «andrà in scena» dal 17 al 19 settembre a Gamprin/FL, offre terreno fertile per nuove idee, felicità, armonia e qualità della vita nel territorio alpino. Questo è infatti particolarmente colpito e sottoposto a tensioni tra le altre cose dalla mobilità in trasformazione, dal moltiplicarsi degli eventi atmosferici estremi e dall'emigrazione, grandi problemi, per la cui soluzione purtroppo non esistono ricette belle e pronte. È per questo che è quindi urgente abbandonare i vecchi modelli e indicare concetti alternativi e nuove proposte di soluzione. Con questa manifestazione, la CIPRA vuole offrire il suo contributo, affinché la gente delle Alpi possa essere all'altezza delle grandi sfide che l'attendono.

### Felicità anziché prodotto interno lordo come indicatore

In apertura, giovedì sera, Franz Josef Radermacher del Club di Roma, il discusso professore di informatica dell'Università di Ulm/D che, con le sue teorie su un'economia di mercato ecologica, ha ottenuto notorietà ben oltre i confini tedeschi, parlerà della sua idea di futuro.

Venerdì, il ricercatore pacifista e storico Daniele Ganser che, dal 2006, insegna e fa ricerca al Seminario storico dell'Università di Basilea/CH, metterà in relazione la lotta globale per il petrolio con la sicurezza degli approvvigionamenti, dimostrando quale importanza ciò abbia per il territorio alpino. Seguirà il focus sulle nuove forme di soddisfazione e felicità, come ad esempio il «Gross National Happiness», che nel

Bhutan ha sostituito il «Gross National Product» (PIL) come indicatore di benessere. Inoltre verranno posti nel mirino la mobilità e lo sviluppo territoriale nelle Alpi. Il programma di venerdì mattina sarà completato da un dibattito sul «picco del turismo», cioè sul previsto crollo del settore nelle Alpi.

### Allacciare e curare i contatti

Venerdì pomeriggio, si svolgeranno alcuni gruppi di lavoro, nei quali i partecipanti potranno approfondire ed elaborare autonomamente vari argomenti. In programma diversi altri temi, come la casa passiva, la crescita delle aree edificabili, lo sviluppo territoriale, i circuiti economici regionali, la valorizzazione delle risorse e la qualità della vita, oltre alle Olimpiadi come manifestazione sostenibile. Sabato, l'evento si concluderà con una presentazione delle principali nozioni acquisite sotto forma di tesi e una relazione conclusiva sulla qualità della vita.

Il convegno tuttavia non ha solo lo scopo di fornire informazioni tecniche, bensì offre ai partecipanti anche l'opportunità di scambiare opinioni e contatti. Sono infatti previste numerose pause di varia lunghezza, che si svolgeranno in spazi appositi per agevolare gli incontri.

La CIPRA invita inoltre tutti gli interessati all'evento a partecipare alle escursioni che daranno modo di scoprire il fantomatico territorio del Principato del Liechtenstein. Ad esempio, si potrà apprendere come sia possibile valorizzare con successo un corso d'acqua all'interno delle tensioni tra crescita economica ed ecologica oppure quale sarà la domanda futura di strutture insediative nel paesaggio circostante. ■



Moritz Rheinberger,  
direttore CIPRA Liechtenstein



Convegno annuale CIPRA 2009  
sul tema

«Crescere a ogni costo».

Dove: Gamprin, Principato del  
Liechtenstein

Data: 17-19 settembre 2009

Maggiori informazioni e modulo di  
iscrizione sono disponibili sul depliant  
al centro della rivista oppure su  
[www.cipra.org](http://www.cipra.org).

## cc.alps

**cc.alps: scambio a livello internazionale**

La conferenza «Sangue freddo sotto l'effetto serra!», tenutasi a Bolzano il 2 e 3 aprile nel quadro del Progetto cc.alps della CIPRA, è stato un successo assoluto, con la presenza di circa 200 persone, venute da tutto il territorio alpino, che hanno partecipato attivamente ai seminari tematici e alle escursioni. Nei loro interventi, ora scaricabili dal sito [www.cipra.org/it/cc.alps/conferenza](http://www.cipra.org/it/cc.alps/conferenza), i relatori hanno presentato esempi concreti di misure climatiche nei settori città clima neutrale, regioni energeticamente indipendenti e cambiamenti climatici e pianificazione territoriale. Tra una relazione e l'altra, la CIPRA ha intervistato vari partecipanti, provenienti da tutti i paesi alpini. Anche le testimonianze video rilasciate dagli interpellati sono disponibili sul sito della CIPRA: [www.cipra.org/it/cc.alps/interview-gotz](http://www.cipra.org/it/cc.alps/interview-gotz).

Già l'1 e il 2 aprile 35 rappresentanti di varie organizzazioni ambientali invitati da tutti i paesi alpini si erano incontrati a Bolzano per un seminario che si proponeva di promuovere lo scambio di esperienze transfrontaliero tra le organizzazioni attive nella formazione giovanile nel settore dei cambiamenti climatici e che ha riscosso un grande successo. Finora era infatti mancato uno scambio transfrontaliero su vasta scala tra le diverse organizzazioni. ■

[www.cipra.org/it/cc.alps/](http://www.cipra.org/it/cc.alps/)

## Alleanza nelle Alpi

**Dialogo tra città e territorio**

I conflitti d'interesse e le difficoltà di comunicazione spesso impediscono proficue cooperazioni tra le città e le aree limitrofe. In questo contesto, la Rete di Comuni «Alleanza nelle Alpi», l'Associazione «Città alpina dell'anno», il Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi e la città di Bad Reichenhall/D, organizzano il 16 e 17 ottobre a Bad Reichenhall una manifestazione internazionale incentrata sul tema del dialogo tra città e territorio rurale. ■

[www.alpenallianz.org/it](http://www.alpenallianz.org/it)

## Alleanza nelle Alpi

**Nuovo programma dynAlp: comuni per il clima**

Molti operatori si occupano attualmente di clima. Purtroppo però vengono talvolta adottate misure in contrasto con il principio dello sviluppo sostenibile e con la protezione della natura. Pertanto, per la Rete di Comuni è particolarmente importante assistere i suoi soci nell'affrontare in modo sostenibile i cambiamenti climatici. Il nuovo programma dynAlp-climate, che si avvierà a luglio 2009, creerà i necessari presupposti, grazie anche al sostegno finanziario di circa 200.000 euro, messo a disposizione dalla Fondazione MAVA per la protezione della natura. ■

[www.alleanzalpi.org/it](http://www.alleanzalpi.org/it)



## Zugspitze

**Lavori di restauro sulla vetta più alta della Germania**

Recentemente, la croce d'acciaio alta 4,88 metri e del peso di 300 kg, con un intervento spettacolare, è stata smontata dal Zugspitze a 2.962 metri e portata a valle con un elicottero. La prima croce fu portata in vetta nel 1851 con la sola forza dei muscoli. 31 anni dopo ha dovuto traslocare e, dopo un completo restauro, è stata rimontata sulla vetta est. Dal 1993, la vecchia croce si trova nel museo Werdenfels di Garmisch-Partenkirchen. ■

[www.zugspitze.de/news](http://www.zugspitze.de/news) (de)

## Discorso della montagna

**«Laicizzatevi!»**

Una volta la creazione era nelle mani di Dio; oggi invece, in un'era di preponderante secolarizzazione, sempre più organizzatori di eventi hanno l'ardire di proporsi come creatori, rendendo omaggio all'evento, come a una nuova divinità; per loro la creazione è il mega-mega-evento e Dio l'Event Manager massimo. Il loro motto, liberamente tratto da Giovanni: «In principio era l'Evento, l'Evento era presso Dio e Dio era l'Evento.»

Secondo una certa interpretazione, fino al XVIII secolo le montagne sono state considerate secondo la dottrina cristiana come inutili, orribili e pericolose. Nel frattempo l'approccio è cambiato e oggi i manager turistici hanno scoperta la grande capacità delle Alpi di trasformarsi in evento. Tuttavia, alla esecrabile secolarizzazione si accompagna perlomeno la possibilità di emanciparsi dai falsi profeti dell'evento. Ognuno può diventare manager del proprio evento! I villeggianti formano un bel trenino di vetture lunghe le strade che portano alle mete turistiche, gli escursionisti si lasciano alle spalle, nelle aree di ristoro, originali installazioni composte da stoviglie usa e getta e altri utensili mentre gli snowboarder si esercitano devotamente per provocare artistiche valanghe ai lati delle piste. E chi, avendo un budget modesto, non può permettersi tutto questo ed è alla ricerca di mini-eventi potrà sempre accendersi una candela solitaria. ■

**Padre Montis**

## Consiglio per la lettura

**Ieri e oggi a confronto**

Nelle circa 120 pagine del volume «Hinter den Bergen» (dietro le montagne), l'autore e fotografo austriaco Lois Hechenblaikner mette ironicamente a confronto il Tirolo di oggi con quello di ieri, con molte immagini e strizzatine d'occhi (vedi a pag. 5, 7, 9 e 10 di questo opuscolo). Editore Braus, Heidelberg, Neckar. Prezzo: EUR 29.90, CHF 49.50.

ISBN: 978-3-89466-300-1. ■

[www.hechenblaikner.at](http://www.hechenblaikner.at) (de)

## Continuum ecologico

Prosegue la messa in rete degli spazi vitali

Grazie al recente sostegno finanziario della Fondazione MAVA per la natura, la CIPRA, insieme alla Rete delle Aree Alpine Protette, ISCAR e WWF, può continuare a impegnarsi a favore dell'attuazione di una rete ecologica alpina, già avviata con successo. Nei prossimi mesi, gli elementi essenziali del progetto «Continuum ecologico» saranno la preparazione di attività di sensibilizzazione nel 2010, anno internazionale dell'ONU per la biodiversità, il mantenimento e la diffusione degli strumenti e dei risultati elaborati sinora e l'abbozzo di una rete di competenze alpine. Un importante ruolo sarà rivestito anche in futuro dalla stretta collaborazione con la Piattaforma Rete ecologica della Convenzione delle Alpi e con il progetto Econnect. Fino all'inizio del prossimo anno, sono a disposizione per queste attività circa 270.000 euro. ■

[www.alpine-ecological-network.org](http://www.alpine-ecological-network.org) (en)

## cc.alps

La sensibilizzazione sotto i riflettori di cc.alps

Per il secondo semestre del 2009, la fondazione svizzera MAVA per la natura mette a disposizione di cc.alps altri mezzi finanziari. Il fulcro delle attività riguarderà la preparazione e la diffusione dei risultati della fase di ricerca. Assumerà una particolare importanza la pubblicazione di una serie di quaderni tematici dal titolo «cc.alps compact», così come la trasmissione delle conoscenze mediante la partecipazione a manifestazioni esterne e attraverso articoli su media di rilievo. Per l'autunno è previsto un primo seminario sul trasferimento di conoscenze. ■

[www.cipra.org/it/cc.alps](http://www.cipra.org/it/cc.alps)

## Per un'autorappresentazione socialmente sostenibile

Sapete cosa mi da fastidio di questa spettacolarizzazione della montagna? In fondo ciò che mi disturba di più è l'elitarità. Tutti questi simboli fallici che vorrebbero arricchire il paesaggio con opere d'arte a guisa di palazzone... Ma chi si può permettere tutto questo? Solo miliardari egiziani e oligarchi russi, ma semplici mortali come noi non hanno alcuna chance.

Chiedo quindi la democratizzazione della messa in mostra di sé! E a questo proposito la soluzione più economica e semplice è chiaramente l'installazione luminosa. Quanto ci siamo sempre lamentati prima del noioso e deprimente paesaggio notturno o del cielo stellato, sempre uguale, delle Alpi! Molte località turistiche per fortuna se ne sono accorte e almeno adesso illuminano le piste da sci. Così gli sportivi possono divertirsi anche di notte e quelli meno sportivi possono ammirare un bel quadro dalle finestre dell'albergo, sorseggiando una vodka Red Bull.

Ma il potenziale qui è molto più grande: nelle Alpi abbiamo 61 vette di 4000 metri di cui si potrebbero valorizzare le notti con originali opere d'arte luminose a tariffe socialmente scaglionate, gratuite per disoccupati e pensionati. Gli interessati potrebbero ad esempio acquistare tre giorni di illuminazione del Monte Bianco, facendo scorrere la scritta fluorescente lungo il ghiacciaio «Jacopo ti amo! Deborah». Jacopo andrà sulla montagna per vederla e, siccome la si può osservare solo di notte, vi dovrà pernottare. Per la contentezza berrà champagne e comunque non baderà a spese.

Il rischio viene solo da quei fricchettoni dei verdi, che vanno in giro scalzi, o in sandali e si fanno la doccia con l'acqua calda: vedrete, sosterranno che qualche bestia di notte perde l'orientamento (ma che dormano di notte!) e che il tutto fagocita un sacco di energia. In questo caso esiste un'unica soluzione: spianare le Alpi, vendere a ognuno il suo pezzetto di montagna sotto forma di ammasso di sassi, più o meno grande a seconda della disponibilità finanziaria, affinché tutti possano finalmente mettere in scena a casa propria le «loro» Alpi. Jacopo e la sua Deborah, ad esempio, avranno il loro mini-Cervino e la funivia giocattolo sul comodino. Così avremo accontentato anche una richiesta molto popolare negli anni 80: basta con le Alpi – via libera verso il Mediterraneo!

E io cosa farò senza Alpi? Non vi preoccupate: andrò al mare a vendere cartoline e altri souvenir di un mondo alpino intatto. Il guadagno sarà assicurato, anche se le Alpi non ci saranno più da tempo, perché - si sa - la nostalgia è l'ultima a morire. ■



Andreas Götz,  
direttore CIPRA Internazionale

© CIPRA International



## Postcode 1

Zutreffendes durchkreuzen – Marquer ce qui convient Porre una crocette secondo il caso					
Weggezogen; Nachsendefrist abgelaufen A démanagé; Délai de réexpédition expiré Traslocato; Termine di rispedizione scaduto	Adresse ungenügend insuffisante Indirizzo insufficiente	Un- bekannt Inconnu Scono- sciuto	Nicht abgeholt Non récl. Non ritirato	Annahme verweigert Refusé Respinto	Ge- storben Décédé Deceduto

## Anteprima Alpinscena n° 92



Global Warming Protest! © www.looku.com

## Azioni consapevoli per il clima

Che cosa facciamo oggi per mitigare il cambiamento climatico? Impacchettiamo i ghiacciai, alziamo gli argini dei fiumi, investiamo su certificati di CO<sub>2</sub>, incrementiamo l'uso dell'idroelettrico, ... ma sappiamo veramente quali conseguenze possono avere le nostre azioni sull'ambiente, la società e l'economia? Dopo un anno di lavoro di ricerca e un'intensa conferenza internazionale dedicata a questo tema, la CIPRA offre nel prossimo «Alpinscena» di quest'autunno le prime risposte a queste e altre domande relative alle conseguenze delle nostre azioni nel tempo del cambiamento climatico.

**In uscita nel tardo autunno 2009.**