



PARCO NATURALE  
PANEVEGGIO  
PALE DI SAN MARTINO

# **Rapporto Diagnostico CETS**

## **Parco di Paneveggio Pale di San Martino**



**SOMMARIO:**

<u>0</u>	<u>Introduzione e premessa metodologica.....</u>	<u>16</u>
<u>1</u>	<u>Cos'è la Carta Europea per il Turismo Sostenibile (CETS).....</u>	<u>23</u>
<u>2</u>	<u>Il turismo sostenibile ed il trend nazionale ed internazionale.....</u>	<u>27</u>
<u>2.1</u>	<u>Definizioni: turismo sostenibile, turismo naturalistico e eco turismo.....</u>	<u>27</u>
<u>2.2</u>	<u>La crescente sensibilità per l'ambiente.....</u>	<u>31</u>
<u>2.3</u>	<u>Gli stili di vita.....</u>	<u>33</u>
<u>2.4</u>	<u>Le scelte di vacanza.....</u>	<u>34</u>
<u>2.4.1</u>	<u>La domanda di vacanza natura.....</u>	<u>36</u>
<u>2.4.2</u>	<u>La domanda di vacanza natura in Trentino.....</u>	<u>39</u>
<u>2.4.3</u>	<u>La domanda di vacanza rurale.....</u>	<u>41</u>
<u>2.5</u>	<u>La classificazione TURNAT.....</u>	<u>43</u>
<u>3</u>	<u>Il turismo in Trentino e la strategia TURNAT.....</u>	<u>49</u>
<u>3.1</u>	<u>L'intensità del turismo in Trentino.....</u>	<u>52</u>
<u>3.2</u>	<u>Le aree protette del Trentino come laboratorio di turismo e sviluppo sostenibile.....</u>	<u>54</u>
<u>3.3</u>	<u>Le politiche per lo sviluppo turistico sostenibile.....</u>	<u>54</u>
<u>3.4</u>	<u>Le linee guida per il turismo sostenibile nelle Dolomiti Patrimonio UNESCO.....</u>	<u>61</u>
<u>3.5</u>	<u>I contenuti della strategia TURNAT.....</u>	<u>64</u>
<u>4</u>	<u>Il Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino.....</u>	<u>76</u>
<u>4.1</u>	<u>Il territorio.....</u>	<u>76</u>
<u>4.2</u>	<u>Le origini.....</u>	<u>81</u>
<u>4.3</u>	<u>Organizzazione dell'ente.....</u>	<u>82</u>
<u>4.4</u>	<u>Il Piano del Parco.....</u>	<u>85</u>
<u>5</u>	<u>Le Dolomiti "Patrimonio dell'Umanità" UNESCO.....</u>	<u>90</u>
<u>5.1</u>	<u>Il Parco nel contesto delle Dolomiti "Patrimonio dell'umanità" UNESCO.....</u>	<u>93</u>
<u>6</u>	<u>Analisi socio-economica dei territori del Parco.....</u>	<u>96</u>
<u>6.1</u>	<u>Dinamiche demografiche.....</u>	<u>96</u>
<u>6.2</u>	<u>Il sistema economico.....</u>	<u>102</u>
<u>6.2.1</u>	<u>Le attività produttive.....</u>	<u>107</u>
<u>6.2.2</u>	<u>L'agricoltura e l'allevamento.....</u>	<u>108</u>
<u>6.2.3</u>	<u>La selvicoltura e la filiera del legno.....</u>	<u>111</u>
<u>6.2.4</u>	<u>La produzione di energia.....</u>	<u>112</u>
<u>7</u>	<u>Analisi del turismo nei territori del Parco.....</u>	<u>115</u>
<u>7.1</u>	<u>Accesso e mobilità.....</u>	<u>118</u>
<u>7.1.1</u>	<u>Accesso e mobilità con auto e mezzi privati.....</u>	<u>119</u>

7.1.1.1 Problematiche connesse al traffico veicolare.....	120
7.1.2 Accesso e mobilità con mezzi pubblici.....	123
7.1.3 Mobilità sostenibile.....	124
7.2 L'offerta turistica esistente.....	126
7.2.1 Le proposte turistiche del territorio.....	126
7.2.1.1 Le malghe e i prodotti tipici del territorio.....	134
7.2.1.2 Un'indagine sul fenomeno turistico del "Cristo pensante" .....	137
7.3 Il Parco e il turismo.....	139
7.3.1 L'attività di regolamentazione.....	139
7.3.2 L'attività di promozione territoriale del Parco.....	143
7.3.2.1 Le strutture ed i servizi offerti dal Parco.....	144
7.3.3 I progetti di educazione ambientale del Parco.....	151
7.4 Le strutture ed i servizi offerti dal territorio.....	154
7.4.1 Gli esercizi alberghieri.....	154
7.4.1.1 Le strutture con marchio ecologico europeo ECOLABEL.....	169
7.4.2 Gli esercizi complementari.....	171
7.4.2.1 Gli agriturismi.....	180
7.4.3 Gli alloggi privati e le seconde case.....	185
7.4.4 Attività di marketing territoriale e promo commercializzazione.....	188
7.4.4.1 L'attività di marketing dell'ApT di San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi.....	190
7.4.4.2 L'attività di marketing dell'ApT della Val di Fiemme.....	191
7.4.4.3 L'attività di marketing dell'ApT della Val di Fassa.....	192
7.5 I flussi turistici.....	194
7.5.1 I flussi turistici nei Comuni del Parco.....	194
7.5.2 I flussi turistici nelle Comunità di Valle.....	210
7.5.2.1 I flussi turistici negli esercizi alberghieri.....	212
7.5.2.2 I flussi turistici negli esercizi complementari.....	229
7.5.2.3 I flussi turistici negli alloggi privati e nelle seconde case.....	237
7.5.2.4 Flusso di turisti trasportati con gli impianti a fune.....	250
7.6 Il profilo del visitatore.....	255
7.6.1 Il profilo del visitatore durante la stagione invernale.....	255
7.6.2 Il profilo del visitatore durante la stagione estiva.....	267
7.7 Percezioni dei residenti, degli operatori e dei turisti.....	278
7.7.1 La percezione dei residenti e degli operatori turistici.....	278
7.7.1.1 La premessa metodologica.....	278

7.7.1.2 I risultati.....	283
7.7.2 La percezione dei turisti.....	326
7.7.2.1 La premessa metodologica.....	326
7.7.2.2 I risultati.....	328
8 Impronta Ecologica, Biocapacità e Capacità di Carico Turistico.....	341
8.1 Premessa e limiti dello studio.....	341
8.2 L’Impronta Ecologica dei residenti.....	342
8.3 La Biocapacità.....	344
8.4 Confronto tra Impronta Ecologica dei residenti e Biocapacità.....	347
8.5 L’Impronta Ecologica dei turisti.....	349
8.6 La capacità di carico turistica.....	351
8.7 Sintesi e conclusioni.....	356
9 SWOT Analysis.....	358
<u>L’analisi SWOT, funzionale alla definizione della strategia nell’ambito della Carta Europea del Turismo Sostenibile del Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino, è stata realizzata principalmente sulla base dei contenuti emersi nel presente Rapporto Diagnostico, prendendo in considerazione i risultati dell’indagine conoscitiva (par. 7.7) e di quella qualitativa nonché i due focus group organizzati a Villa Welsperg e a Bellamonte (per l’elenco delle domande e dei partecipanti confronta pagina 22, cap. 0).....</u>	
10 Bibliografia.....	365
11 Allegato 1: Un’indagine sul fenomeno turistico del “Cristo pensante” .....	367
11.1 Il trekking del Cristo pensante: dal Passo Rolle al Castellazzo.....	367
11.2 Le problematiche dell’affluenza al Castellazzo.....	369
11.3 Dal luogo ai suoi visitatori.....	371
11.4 La rilevazione sui visitatori del Cristo pensante: le ipotesi di ricerca.....	372
11.5 I risultati.....	375
11.6 Conclusioni.....	379

## 11 Allegato 1: Un'indagine sul fenomeno turistico del “Cristo pensante”

### 11.1 Il trekking del Cristo pensante: dal Passo Rolle al Castellazzo

Il Trekking del Cristo Pensante è uno dei percorsi che dal Passo Rolle attraverso Capanna Cervino e Baita Segantini conducono sulla cima del Castellazzo a 2333 m. Il Trekking è stato ideato nel 2007 da Pino Dellasega, istruttore di Nordic Walking, ed è stato realizzato grazie alla collaborazione tra l'APT della Val di Fiemme, l'APT di San Martino di Castrozza, Passo Rolle e Vanoi e l'Ente Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino<sup>36</sup>. Il percorso insiste su un sentiero preesistente che si stacca dalla strada sterrata che conduce a Val Venegiotta all'altezza di Baita Segantini, attraversa i prati in piano e sale al Castellazzo dal lato Nord-est. Qui il sentiero diventa una mulattiera che presenta numerosi tratti di muretti a secco e che sale con alcuni tornanti fino ad un altro tratto di sentiero e un ultimo tratto di muro a secco, camminamento risalente alla Prima guerra mondiale<sup>37</sup>.

Sul monte Castellazzo il 16 giugno 2009 sono state posate una croce metallica e una statua di predazzite che rappresenta un Cristo, ispirato dalla raffigurazione, tipica dell'arte popolare polacca, detta *Chrystus Frasobliwy*<sup>38</sup>. L'operazione ha richiesto l'intervento di un grande elicottero a doppia elica per posare sia la croce che la statua il cui peso non avrebbe consentito alcun altro metodo di trasporto, in tempi altrettanto brevi<sup>39</sup>.

Pochi giorni più tardi giunge la comunicazione ufficiale che l'Unesco ha accolto le Dolomiti nella lista patrimonio mondiale naturale dell'umanità<sup>40</sup>. Anche questa zona fa parte di questo sito seriale che testimonia uno straordinario valore universale, grazie all'eccezionale bellezza naturale e all'importanza estetica (criterio VII) e al fatto di essere una testimonianza straordinaria dei principali periodi dell'evoluzione della terra (criterio VIII)<sup>41</sup>.

Il Castellazzo è una montagna facilmente accessibile e un'escursione consigliata fin dall'Ottocento nelle guide turistiche dedicate alle Alpi<sup>42</sup>. Molte opere campali del fronte austro-ungarico della Prima Guerra mondiale sono ancora visibili agli occhi più o meno esperti (i percorsi, i baraccamenti, le piazzole di teleferiche o i depositi di munizioni),

<sup>36</sup> Dellasega, P. (2010) *Il Cristo pensante delle Dolomiti. La storia, il trekking e il misterioso richiamo di Medjugorje*, Valentina Trentini Editore, Trento.

<sup>37</sup> Come spiega l'ufficio tecnico

<sup>38</sup> Cegna R., *La raffigurazione del Chrystus Frasobliwy, del Cristo che seduto pensa con tristezza, nell'arte popolare polacca: Origine e contenuti.*, in *Scultura popolare polacca della collezione di R. Cegna*, Mostra presso il Museo Etnografico Statale di Varsavia, marzo- aprile 1990; P. Dellasega spiega di aver acquistato una di queste sculture in legno a Varsavia nei primi anni Ottanta; cfr. Dellasega (2010), pp. 39-41.

<sup>39</sup> Testimonianza di P. Dellasega.

<sup>40</sup> UNESCO (2009), Report of decisions. *Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage. World heritage committee, Thirty-third session*, Seville, Spain 22-30 June 2009.

<sup>41</sup> Cfr. UNESCO (2009), decision 33 COM 8B.5, pp. 186-187.

<sup>42</sup> Nell'Ottocento è O. Brentari a curare la *Guida alpina di Belluno, Feltre, Primiero, Agordo, Zoldo* (1887) a segnalare il Castellazzo come deviazione nel percorso da Primiero al Passo Rolle a Predazzo (p. 145). Nel periodo fra le due guerre, l'alpinista Ettore Castiglioni cura per il Touring Club e il Club Alpino Italiano la serie *I monti d'Italia* dove il monte Castellazzo fa parte dei percorsi escursionistici e sciistici: E. Castiglioni (1935), *Pale di S. Martino. Gruppo di Feruc Alpi feltrine*, Guida dei monti d'Italia, Roma Club Alpino Italiano, Milano Touring Club Italiano, XIII.

mentre molte trincee sono ancora percorribili<sup>43</sup>. In questi luoghi, come nella zona circostante, si è combattuta la Grande Guerra che, fra il 1914 e il 1918, ha decimato la popolazione europea. Oggi, a distanza di cent'anni, la "memoria collettiva" di questi fatti storici si è in parte rarefatta, mentre i progetti e i programmi di commemorazione stanno riportando l'attenzione dei media, del pubblico e dei turisti su questo periodo cruciale della storia del Trentino<sup>44</sup>.

Dal giugno 2009, nella buona stagione arrivano sul Castellazzo diverse migliaia di persone (si veda la Tabella 146) da sole, in coppia o in piccoli e grandi gruppi per vedere e toccare il Cristo pensante delle Dolomiti<sup>45</sup>. Le persone che salgono al Cristo pensante si fermano sulla cima per ammirare il paesaggio e le cime circostanti, a cominciare dalle Pale di S. Martino sulle quali si apre, lungo l'intero percorso, una vista privilegiata. Alcune delle persone che salgono si fermano a pregare o a meditare in piccoli gruppi o in solitudine. In alcune giornate, la salita di alcuni gruppi è il momento per un gesto particolare, per un ricordo speciale, per la recita di un rosario o per un canto improvvisato con gli amici.

La quasi totalità si fa fotografare accanto alla statua del Cristo pensante. Questa rappresenta un uomo seduto, con una corona di filo spinato sul capo, al fianco di una grande croce in cortèn: le opere sono state realizzate rispettivamente da Pierpaolo Dellantonio e da Paolo Lauton. Fanno da sfondo a tutte queste fotografie le Pale di S. Martino. L'inventore del Trekking del Cristo pensante sottolinea come l'originalità sia in questo insieme di Cristo e di croce che è anche un marchio registrato<sup>46</sup>. Molte persone lasciano i loro pensieri sul libro di vetta o nella cassetta chiusa con un lucchetto che si trovano fra i due lati della croce. Alcuni depongono o attaccano alla croce piccoli oggetti che moltiplicano i collegamenti fra luoghi religiosi e di pellegrinaggio: le provenienze dei rosari che si trovano sulla croce sono sparse in Europa e dimostrano così il bisogno di testimoniare il proprio passaggio, moltiplicando una geografia religiosa e spirituale.

L'interesse per questo percorso è molteplice: esso interroga sull'attuale rilevanza dei luoghi religiosi del Trentino e sulle loro potenzialità per lo sviluppo locale. Ci si rende conto che questi luoghi possono essere contemporaneamente dei poli devozionali, ma anche luoghi che possono ingenerare confronti e scontri<sup>47</sup>. La cima del monte Castellazzo con la statua del Cristo pensante è uno di quei luoghi dove pur in assenza di manifestazioni ierofaniche – vale a dire senza che si siano verificati miracoli o altri eventi prodigiosi – si reca un numero ogni anno crescente di persone. Sotto il profilo dell'immaginario religioso, questi visitatori percepiscono o cercano di coltivare il senso del sacro, attraverso un

<sup>43</sup> Cfr. Censimento delle opere campali in collaborazione con la Soprintendenza ai beni architettonici della Provincia Autonoma di Trento (2012).

<sup>44</sup> Cfr. i progetti speciali "Dalla Guerra alla pace" e "Trentino Grande Guerra" coordinati, sotto il profilo scientifico, dal Museo Storico Italiano della Guerra di Rovereto.

<sup>45</sup> Dopo una prima documentazione sul fenomeno, nell'estate del 2011, ho svolto un'etnografia con un periodo di osservazione partecipante sulla cima del monte Castellazzo. Tutte le considerazioni che seguono in questo paragrafo derivano da questo lavoro.

<sup>46</sup> Testimonianza di P. Dellasega.

<sup>47</sup> Rech G. (2011) "Camminare per credere? L'osservazione partecipante nello studio dei pellegrinaggi in Trentino," in K. Krippendorff e G. La Rocca (a cura di), *Ricerca qualitativa e giovani studiosi*, Atti del Convegno Internazionale «RiQGioS-2011», Enna, (1-3 settembre 2011), Palermo, Social Books, 2011, pp. 43-50.

cammino dello spirito ancor prima che del corpo. In bilico fra tradizione e innovazione, questi luoghi religiosi sono espressione di una religione in movimento che nelle figure del pellegrino e del convertito<sup>48</sup> riassumono quella variegata galassia di credenti e non credenti, ma anche di cercatori di Dio e di se stessi.

L'ascesa al Castellazzo è una piccola sfida, una cima di passaggio per l'alpinista o il trekker diretto a cime ben più impegnative. Tuttavia, è una montagna che sta trasmettendo molte emozioni a tante persone che non hanno dimestichezza con la montagna, ma che vogliono salire per vedere, toccare e farsi fotografare con questo Cristo pensante.

Quel che è certo è che, per tutti i camminatori che abbiamo incontrato, soffermarsi a contemplare il paesaggio del Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino apre un punto di vista privilegiato sulla bellezza della natura e della montagna.

L'impegno ribadito da molti attori coinvolti è lo sforzo di restare fedeli ad un onore ed onere come l'iscrizione nel patrimonio naturale mondiale dell'Unesco. Ciò rende allora urgente la necessità di proteggere un tale patrimonio e di analizzare le problematiche dell'accesso a questo monte.

## 11.2 Le problematiche dell'affluenza al Castellazzo

Il Trekking del Cristo pensante si snoda in un'area estremamente sensibile dal punto di vista sia ambientale e naturale, che storico-culturale. In primo luogo, è un Sito di Importanza Comunitaria, istituito a riserva integrale in seguito all'approvazione del Piano del Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino. In secondo luogo è testimone della memoria e della storia locale ed europea: diverse testimonianze materiali risalenti alla Grande Guerra e al fronte del 1915 costituiscono il "paesaggio culturale" originario di questa zona. La presenza di questo percorso ha sicuramente contribuito a trasformare la percezione della cima del monte Castellazzo, dove la presenza del Cristo pensante ha nascosto a molti escursionisti la cima con la croce in ricordo dei caduti della Prima Guerra mondiale.

L'interesse di questo percorso è tuttavia sostenuto e rinforzato dai numeri in crescita durante tutti i cinque anni dalla posa. Dal mese di maggio al mese di ottobre l'affluenza al monte Castellazzo viene rilevata dai dispositivi del Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino e dimostra un notevole numero di accessi.

### Stima afflusso stagionale di visitatori per anno

<sup>48</sup> Come li chiama D. Hervieu-Léger (1999) *Le pèlerin et le converti. La religion en mouvement*, Flammarion, Paris.

Anno	Stima sul periodo Giugno – Ottobre
2011	20.083
2012	25.292
2013	17.468

**Tabella 146: Stima dell'afflusso stagionale di visitatori al monte Castellazzo.**

**FONTE:** Nostra rielaborazione su dati dell'Ente Parco Paneveggio Pale di S. Martino – Settore Tecnico.

Nel 2012 (anno di maggiore afflusso) sono stati contati circa 56.000 passaggi che corrispondono a più di 25.000 persone. Il numero è ingente per qualunque area protetta, ancor più per una riserva naturale integrale.

Tale affluenza massiccia già nei primi tre anni dall'inaugurazione ha implicato delle misure di conservazione specifiche per far fronte all'integrità ambientale dell'area, di fatto compromessa dall'aumento esponenziale dei visitatori<sup>49</sup>. Tali misure sono state prese attraverso degli interventi attivi, mentre una regolamentazione specifica è stata recepita nelle Norme di attuazione del nuovo Piano del Parco<sup>50</sup> e dei programmi didattici sono ancora in corso di realizzazione<sup>51</sup>.

L'intervento del Parco PAN sui sentieri che conducono alla cima del Castellazzo fra il 2012 e il 2013 è stato ampiamente comunicato e spiegato sia agli abitanti del Parco attraverso il Bollettino *Tu e il Parco* (inverno 2013 e inverno 2014), sia attraverso i giornali locali e il sito internet.

Nello stesso periodo (autunno 2012 – primavera 2013) un movimento di opinione ha richiamato l'attenzione sia sul caso specifico del Cristo pensante, sia sui altri tipi di manufatti simbolici o religiosi che vengono posati sulla cima delle vette<sup>52</sup>.

Il confronto fra il percorso nel giugno 2012 e il percorso nel luglio 2014<sup>53</sup> mostra un cambiamento notevole grazie alla manutenzione straordinaria, benché la segnaletica verticale non abbia subito alcun cambiamento sostanziale. Lo sterrato sul percorso che da Baita Segantini attraversa la zona prativa è stato riqualificato, mentre a partire dal bivio verso la salita del lato Nord del Castellazzo è evidente sia la manutenzione che la cancellazione delle tracce secondarie. La ripulitura di alcune delle opere campali consentono di avvistare facilmente sia i bordi perimetrali che altre tracce di baraccamenti ed evidenziare alcuni degli elementi più originari di quei luoghi. Affinché gli escursionisti non percorrano più le scorciatoie che avevano compromesso il terreno, dei cartelli

<sup>49</sup> Parco PAN, Piano del Parco. Misure specifiche di conservazione. Prima adozione 29 novembre 2012, p. 38.

<sup>50</sup> Parco PAN, Piano del Parco. Norme di attuazione. Maggio 2014, p. 32.

<sup>51</sup> Cfr. il Bollettino del Parco: G. Taufer, *Cima Castellazzo. Iniziati gli interventi di riqualificazione ambientale dell'area*, in *Tu e il Parco*, inverno 2013.

<sup>52</sup> Questa sorta di movimento di opinione per la sobrietà in cima alle montagne contro l'eccesso nell'apposizione di manufatti non è nuovo, ma intercetta i termini di un conflitto che va ben al di là dei segni lasciati sulle montagne, ma coinvolge tutti i simboli religiosi in luoghi pubblici. In questo caso specifico, portavoce di diverse associazioni ambientaliste è stata Mountain Wilderness, ma riprende una tavola rotonda organizzata dalla Fondazione Bombardieri di Sondrio e che si era svolta nel 2006 nell'ambito della Sfinge Alpina.

<sup>53</sup> Sono i termini temporali delle mie ultime due salite.

avvisano i camminatori del divieto di uscire dal sentiero tracciato. Nella parte del tracciato recuperato dal disordine di sentieri secondari e scorciatoie sono stati impiantati dei paletti che da soli dissuadono il camminatore dall'uscita dal tracciato principale.

A partire dalla cima è stato tracciato un percorso univoco sul lato Sud-ovest che consente l'afflusso o ancor meglio il deflusso (a causa della pendenza) degli escursionisti in sicurezza e limitando l'erosione dovuta al calpestio del terreno su un crinale che nei primi anni dalla posa era un prato<sup>54</sup>.

Il Trekking del Cristo pensante è un percorso che si è rivelato controverso a più livelli: la società locale (con le istituzioni religiose e laiche, la popolazione, la società civile e le associazioni locali) è ancora fortemente divisa sul giudizio nei confronti di questo fenomeno. L'attrazione di un numero così ingente di persone è la fonte stessa di questa discussione. Il Cristo pensante è un attivatore o detonatore di conflitti sociali fra appartenenze, identità e istituzioni, a cominciare dalla sua dislocazione fra il Primiero e la Val di Fiemme, ma anche a causa del fatto che è un fenomeno che ha intercettato dei bisogni e delle aspettative, dalle implicazioni estremamente ampie<sup>55</sup>.

### 11.3 Dal luogo ai suoi visitatori

L'analisi del Trekking del Cristo pensante si è inizialmente mossa nell'ambito del rapporto fra pellegrinaggio e turismo religioso, con una prospettiva che privilegiava il senso del luogo. Il ruolo di suggestioni, credenze, rappresentazioni e emozioni è indubbio per qualunque destinazione, sia di pellegrinaggio che turistica. Nel dare un contributo alla questione della gestione dei visitatori all'interno delle aree protette, abbiamo proposto di prendere in considerazione le emozioni e le rappresentazioni come fattore cruciale nel gestire l'approccio dei visitatori all'interno di un'area protetta<sup>56</sup>.

L'esempio del Cristo pensante è particolarmente calzante proprio perché ingenera un meccanismo di diffusione dell'emozione attraverso la condivisione che avviene nei media, sui social network, ma anche nel luogo stesso o nei rapporti interpersonali fra amici e conoscenti. Il fatto di mettere in marcia persone che non hanno dimestichezza con la montagna è il risultato della trasformazione di una storia in un'emozione. Infatti, il fatto di dare anche a persone "lontane dalla montagna" una motivazione per salire sul monte Castellazzo trasforma una storia come quella più volte narrata dall'ideatore del Trekking del Cristo pensante in un'esperienza e in un'emozione che si riproducono, grazie alla diffusione del libro che racconta la storia e grazie all'esperienza già fatta da altre persone.

<sup>54</sup> Durante le osservazioni del 2011 il crinale Sud era ancora un prato, con i primi segni di erosione di quanti salivano o scendevano dal lato Sud attraverso un tratto con blocchi e ghiaia e il passaggio alle trincee.

<sup>55</sup> Rech G. (2013) *Il caso del Trekking del Cristo pensante delle Dolomiti*, paper presentato alla conferenza "Natura e religione", AIS – Sezione Religione, Centro Convegni "Adriano Olivetti" Vidracco Valchiusella, 19-21 aprile 2013.

<sup>56</sup> In particolare, Rech (2014) *The Trekking of the Thinking Christ: politics of heritage*, paper presentato al convegno internazionale "Managing visitor access to natural and protected areas. Challenges, strategies, opportunities", organizzato dal Dipartimento di Ingegneria civile, ambientale e meccanica dell'Università degli studi di Trento nell'ambito del progetto AcceDo il cui responsabile scientifico è F. Orsi.

La ricerca etnografica (2011-2012) ha messo in luce che quasi tutti i visitatori in marcia verso la cima del Castellazzo erano motivati dal Cristo pensante. Di questa intenzione abbiamo raccolto diverse testimonianze orali e sono indicatori indiretti i comportamenti tenuti dai camminatori una volta giunti in cima. Il fatto di toccare, abbracciare e pregare la statua sono i più evidenti, ma anche il fatto di soffermarsi ad osservarla e commentarla esteticamente coi compagni di salita mostra la curiosità e l'interesse focalizzato sulla statua del Cristo pensante. La fotografia e il fatto di farsi fotografare accanto ad essa con i propri compagni di salita oppure telefonare ai familiari e agli amici per comunicare il luogo dove ci si trova sono altrettanti indizi di questo interesse. Il fatto di scrivere sul libro di vetta o lasciare dei biglietti nella cassetina chiusa col lucchetto sono invece gesti secondari che vengono intrapresi solo se si vede qualche altro camminatore farlo. Infine, deporre degli oggetti votivi (come rosari, immaginette) oppure oggetti simbolici ma non connotati religiosamente (come fiori, fiocchi, sassi, braccialettini) mostrano la volontà di testimoniare un passaggio. Tuttavia da soli non possono far pensare alla meta di un pellegrinaggio.

Qual è allora l'identità del visitatore del Cristo pensante e quale percezione ha dei luoghi in cui si trova? Le ipotesi interpretative prendono in considerazione da una parte gli elementi strutturali del fenomeno e dall'altra la sua dimensione culturale e sociale.

Gli elementi strutturali sono il percorso ovvero il fatto di mettersi in marcia e il paesaggio montano, ai quali si aggiungano le caratteristiche dei luoghi che vengono attraversati. Il Trekking del Cristo pensante può essere percorso interamente a piedi oppure può essere ridotto, grazie ad un servizio di bus navetta. Nel periodo dalla fine di giugno all'inizio di settembre il bus navetta a pagamento percorre il tratto dal parcheggio al Passo Rolle fino alla Baita Segantini, lungo la strada sterrata che passa da Capanna Cervino.

La dimensione culturale e sociale di questo fenomeno riconduce al turismo ovvero quel complesso processo di autenticazione che porta a percepire quel luogo come un'attrazione turistica che si visita e per la quale vale la pena spostarsi<sup>57</sup>. Chi e che cosa muove i visitatori verso la cima del Castellazzo? Come sono venuti a conoscenza del Cristo pensante? La ricerca empirica intrapresa nel luglio 2014 cerca di rispondere a questi interrogativi fornendo una fotografia meno impressionistica del fenomeno, grazie alla rilevazione diretta sui visitatori dell'area di Passo Rolle e Baita Segantini.

#### **11.4 La rilevazione sui visitatori del Cristo pensante: le ipotesi di ricerca**

Il bus navetta che dal Passo Rolle porta a Baita Segantini offre l'opportunità di indagare sui visitatori diretti alla cima del Castellazzo sia all'andata che al ritorno. Da un punto di vista metodologico, la rilevazione prende le mosse da una ricerca qualitativa e si pone come obiettivo la comprensione del fenomeno. Non essendoci le premesse per un campionamento probabilistico, ci si è limitati alla scelta di un campione di convenienza: i soggetti sono stati scelti fra i più facilmente accessibili presso le due aree di partenza e arrivo o durante il tragitto della navetta (qualora le condizioni lo consentissero per

<sup>57</sup> Cohen E. & Cohen S.A (2012), *Authentication: hot and cool*, in *Annals of Tourism Research*, Vol.39, No.3, pp. 1295–1314.

affollamento, ecc.). La rilevatrice ha cercato di diversificare il più possibile i contatti, sia per orario che per area.

Per quel che riguarda la rilevazione, poiché si è svolta nel mese di luglio (con un pre-test in giugno), quando la stagione estiva non è ancora nella sua fase più piena, è stata concentrata nelle giornate di venerdì, sabato e domenica. L'ipotesi è duplice: si sarebbe intercettato un maggiore afflusso di persone (come mostrano le rilevazioni dei dispositivi del Parco negli anni precedenti) con maggiore probabilità di incontrare visitatori di giornata, vale a dire escursionisti e gruppi che fanno rientro a casa propria<sup>58</sup>. Questi sono visitatori che rispetto al loro impatto ambientale dovuto al trasporto e alle attività escursionistiche, non fanno necessariamente rilevare compensazioni economiche sul territorio del Parco. Tuttavia questa è un'ulteriore ipotesi sulla quale si potrà riflettere in altra sede.

Le dimensioni indagate sono state diversificate all'andata e al ritorno. Per quel che riguarda l'andata:

1. La destinazione suddividendola fra: Pale di S. Martino, Baita Segantini, monte Castellazzo e Cristo pensante.
2. La tipologia del visitatore è stata indagata:
  - a. in base alla permanenza, ovvero l'escursionista, il turista in Trentino o il turista nella zona di montagna (per comprendere tutta l'area dolomitica circostante con la quale la zona confina);
  - b. in base al tipo di relazioni sociali: visitatori singoli, in famiglia (con figli al seguito), coppie, in gruppo con amici o in gruppo organizzato.
3. La consapevolezza del visitatore ovvero la capacità di situarsi dal punto di vista naturale e storico-culturale:
  - a. sa di trovarsi in un Parco naturale / in un'area protetta;
  - b. sa che durante la Prima Guerra Mondiale c'era il fronte italo-austriaco;
  - c. sa di trovarsi vicino a un sito Unesco - Patrimonio dell'umanità.
4. La motivazione specifica, legata all'immaginario religioso:
  - a. solo per andare al Cristo pensante;
  - b. se è la prima volta;
  - c. se sono stati in altri luoghi religiosi.
5. I canali di conoscenza del Trekking del Cristo pensante:
  - a. libro di Paolo Brosio (*Ad un passo dal baratro*);

<sup>58</sup> Per convenzione statistica, questi non sono turisti secondo l'UNWTO.

- b. libro di Pino Dellasega (Nordic Walking e/o Cristo Pensante);
- c. gli amici;
- d. internet;
- e. gli altri media, come televisione, radio o giornali;
- f. l'APT di Fiemme;
- g. l'APT di S. Martino di Castrozza, Passo Rolle e Vanoi.

Per quel che riguarda il ritorno si sono indagate le seguenti dimensioni<sup>59</sup>:

1. Il divertimento.
2. La soddisfazione.
3. Cosa è piaciuto maggiormente, fra:
  - a. il paesaggio (panorama, colpo d'occhio generale);
  - b. le montagne;
  - c. l'ambiente (la natura, i fiori, gli animali);
  - d. le testimonianze della storia (opere campali della Prima Guerra Mondiale o altro);
  - e. il Cristo pensante;
  - f. la croce al Cristo pensante;
  - g. l'insieme (Cristo e croce);
  - h. il percorso per arrivare al monte Castellazzo.
4. La percezione dell'area protetta:
  - a. le indicazioni (cartellonistica, paline con il logo, ecc.);
  - b. la natura (flora e fauna) e quanto liberamente volevano aggiungere.
5. Cosa è piaciuto di meno:
  - a. luogo affollato;
  - b. immondizie;
  - c. sentieri trascurati e quanto liberamente volevano aggiungere.
6. Gli aspetti che andrebbero migliorati.

---

<sup>59</sup> Dalla fase di pre-test alla fase successiva sono state introdotte due varianti per quel che riguarda la prima (il divertimento) e l'ultima dimensione (la definizione dell'esperienza).

7. Gli aspetti che hanno particolarmente colpito sia in positivo che in negativo
8. Una definizione dell'esperienza avuta:
  - a. emozionante;
  - b. spirituale;
  - c. religiosa;
  - d. un'escursione;
  - e. una gita;
  - f. un cammino.

A tutti è stata chiesta la provenienza per area geografica (regione o stato estero) e si è rilevata la fascia di età.

## 11.5 I risultati

### Provenienza e distribuzione dei visitatori

Durante le tredici giornate di rilevazione<sup>60</sup> sono stati intervistati 614 adulti, distribuiti equamente fra maschi e femmine. Il numero di persone intercettate è consistente, se si considera la variabile del tempo atmosferico che ha concesso soltanto otto giornate intere (durante il servizio della navetta fra le 8.30 e le 17.30), mentre le altre giornate sono state interrotte dal maltempo e il conseguente scarso afflusso di persone.

Distribuzione delle relazioni sociali	n. di persone
In famiglia (con figli al seguito <sup>61</sup> )	172
In coppia	314
In compagnia di amici	128
Totale	614

Tabella 147: Tipologia dei visitatori

FONTE: Rilevazione di I. Perusin per HERI-REL TRENTO

Con riferimento alla tipologia dei visitatori del Cristo pensante è stato rilevato che per quel che riguarda la distribuzione delle relazioni sociali, più di metà dei visitatori intervistati si reca in questo luogo in coppia, segue circa un terzo in famiglia e circa un quinto in compagnia di amici.

Con riferimento, invece, alla tipologia di turista, si può evidenziare che sono ancora presenti persone che hanno la seconda casa e che si fermano tutta l'estate nella zona di Primiero o Val di Fiemme, ospitando familiari ed amici durante i week end. La maggior

<sup>60</sup> La rilevazione si è svolta con un pre-test il 29 giugno e durante i quattro fine settimana di luglio. Si ringrazia l'Ente Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino per l'ospitalità presso la foresteria di Villa Welsperg e per tutto il prezioso supporto logistico fornito.

<sup>61</sup> I figli al seguito non sono stati conteggiati nella Tabella 2, tuttavia sono circa novanta bambini e circa venticinque adolescenti.

parte dei visitatori intervistati sono turisti ovvero ospiti in hotel, mentre un numero inferiore alloggia in appartamento o campeggio. In media dicono di fermarsi fra una e due settimane. Si è registrata la presenza di turisti del week-end per lo più provenienti dalla Lombardia e dall'Emilia Romagna. Gli escursionisti, ovvero coloro che non pernottano fuori casa, provengono nella quasi totalità dei casi dal Veneto (dalle province di Padova, Venezia, Vicenza, Treviso).

Provenienza	n. di persone
Lombardia	148
Veneto	135
Emilia Romagna	101
Toscana	36
Liguria	22
Lazio	15
Marche	10
Piemonte	10
Umbria, Friuli Venezia Giulia, Valle d'Aosta, Molise, Trentino Alto Adige	<i>Rilevata ma non conteggiata</i>
Dall'estero (Giappone, Svizzera, Portogallo, Belgio, Olanda, USA)	<i>Rilevata ma non conteggiata</i>
Totale	614

**Tabella 148: Provenienza dei visitatori intervistati**  
**Fonte: Rilevazione di I. Perusin per HERI-REL TRENINO**

Nel complesso la provenienza degli intervistati è per circa un quarto dalla Lombardia, circa un quinto dal Veneto, circa un sesto dall'Emilia Romagna e quote decisamente più inferiori da altre regioni italiane come la Toscana, la Liguria, il Lazio, le Marche e il Piemonte. Alcuni intervistati arrivano anche da Umbria, Friuli Venezia Giulia, Valle d'Aosta, Molise e dal Trentino Alto Adige. Alcuni anche dall'estero.

Provenienza delle famiglie	n. di persone
Veneto	56
Lombardia	32
Emilia Romagna	28
Toscana	10
Marche	8
Liguria, Umbria Friuli Venezia Giulia, Piemonte	28
Totale	172

**Tabella 149: Provenienza delle famiglie**  
**Fonte: Rilevazione di I. Perusin per HERI-REL TRENINO**

Se si guarda più nello specifico, si vede che le famiglie provengono per la maggior parte dal Veneto, seguito dalla Lombardia e dall'Emilia Romagna.

Provenienza delle coppie	n. di persone
Lombardia	78
Emilia Romagna	74
Veneto	48
Liguria	18
Toscana	16
Piemonte	14
Trentino Alto Adige, Valle d'Aosta, Molise, Friuli Venezia	<i>Rilevata ma non conteggiata</i>
Esteri (Giappone, Olanda, USA)	<i>Rilevata, ma non</i>
<b>Totale</b>	<b>314</b>

Tabella 150: Provenienza delle coppie

FONTE: Rilevazione di I. Perusin per HERI-REL TRENINO

Le coppie invece provengono per la maggior parte dalla Lombardia, subito seguite dall'Emilia Romagna e dal Veneto.

Provenienza dei gruppi di amici	n. di persone
Lombardia	54
Veneto	39
Emilia Romagna	13
Toscana	10
Lazio, Piemonte, Liguria	12
<b>Totale</b>	<b>128</b>

Tabella 151: Provenienza dei gruppi di amici

FONTE: Rilevazione di I. Perusin per HERI-REL TRENINO

Anche per quel che riguarda i gruppi di amici la parte più cospicua proviene dalla Lombardia seguita dal Veneto e una certa distanza le altre provenienze rilevate.

Al di fuori del totale di 614 intervistati, sono stati contattati alcuni gruppi diretti al Cristo Pensante. In particolare due gruppi di circa trenta persone ciascuno sono composti da praticanti il Nordic Walking (provenienti da Padova e da Roma). Sono anche presenti gruppi legati alle parrocchie: un gruppo di quaranta ragazzi di un oratorio della provincia di Treviso, un gruppo parrocchiale (di circa quaranta persone anziane) della provincia di Padova di adulti e un gruppo parrocchiale (di circa quaranta persone di giovani famiglie ed adolescenti) della provincia di Cremona.

Se dovessimo tracciare un primo profilo del visitatore diretto al Trekking del Cristo pensante è in coppia e proviene dalle regioni della Lombardia o dell'Emilia Romagna. Le famiglie che si recano al Cristo pensante sono invece per lo più provenienti dal Veneto e hanno in media fra uno e due figli<sup>62</sup>.

### Canali di conoscenza ed esigenze del visitatore

<sup>62</sup> È significativo che il conteggio del numero di figli sia in linea con la media nazionale.

I turisti che hanno scelto di recarsi al Cristo Pesante sono venuti a conoscenza di questa meta attraverso cinque canali principali:

1. passaparola di amici e molto spesso chi ci è andato la prima volta ritorna portando gli amici o altri componenti della famiglia;
2. passaparola tra i turisti;
3. gruppi e simpatizzanti del Nordic Walking;
4. informazioni turistiche: dal personale dell'hotel, leggendo le guide turistiche ed i siti internet promozionali delle Valli;
5. negli hotel di San Martino di Castrozza vengono organizzate delle serate di presentazione di alcune gite escursionistiche che poi verranno realizzate in compagnia delle guide alpine. Tra le mete illustrate rientra anche il Trekking del Cristo pensante.

Il grado di consapevolezza delle persone intervistate è soddisfacente: quasi tutti sanno di trovarsi all'interno di un Parco, qualcuno in meno sa che le zone sono state teatro della Grande Guerra e quasi tutti sanno di essere vicini ad un sito patrimonio dell'Unesco. In questo ultimo caso, c'è un collegamento diretto col fatto di trovarsi nelle Dolomiti.

Molti di coloro che hanno intrapreso la camminata vivendola inizialmente come un'escursione, al ritorno "hanno aggiunto" l'aspetto spirituale definendo il Trekking (chiamato però da molti Cammino) del Cristo pensante un'escursione spirituale.

Quando viene chiesto di esprimere che cosa sia piaciuto di più, per gli intervistati l'unione tra gli aspetti naturali (il paesaggio, inteso come panorama/colpo d'occhio generale e l'ambiente, inteso come la natura, i fiori, gli animali) e la Croce ed il Cristo rendono questo luogo unico e suggestivo.

Le testimonianze della storia contribuiscono poi a rendere questo un "luogo pensante": molti sottolineano che i resti della Grande Guerra portano a chiedersi come vivevano questi giovani soldati diciottenni, che cosa mangiavano, come erano vestiti, come si procuravano gli alimenti ed altre informazioni simili sulla vita quotidiana durante la guerra.

Si registra una maggior richiesta di informazioni e spiegazioni, in particolare:

- sia al Cristo pensante, che in merito alla Grande Guerra, invitando le persone a rispettare il luogo quindi non mangiando e mantenendo un certo silenzio;
- sia alla Baita Segantini e lungo il parco predisponendo una cartellonistica illustrativa sui nomi delle montagne, sui fiori, sulla fauna, sui tempi di percorrenza dei diversi percorsi segnalando anche il grado di difficoltà;
- sui rifiuti ovvero l'impatto dei rifiuti sulla montagna e quindi la scelta di invitare ogni turista a contribuire al rispetto di questo delicato ecosistema.

L'affollamento è un effetto collaterale che viene compreso dai più, mentre pochi visitatori segnalano l'uso improprio delle trincee o i baraccamenti per i bisogni fisiologici, mentre

altri visitatori suggeriscono di mettere a disposizione dei servizi igienici – anche a pagamento – nei pressi della Baita Segantini per andare incontro alle esigenze dei gestori del rifugio e quelle dei turisti. Nella stessa ottica, alcuni segnalano l'esigenza di alcune panchine o tavoli nei pressi della Baita Segantini, per permettere la consumazione del picnic.

## 11.6 Conclusioni

Il Trekking del Cristo pensante è un luogo controverso per la società locale (soprattutto in Primiero) che si è interrogata a più riprese sull'opportunità di apporre manufatti simbolici sulle montagne<sup>63</sup>. La controversia ha avuto dei toni più o meno concitati, anche se è evidente la presa di posizione nelle Norme di attuazione del nuovo Piano del Parco all'art. 53, comma b) dove si fa divieto di “installare manufatti di carattere simbolico e celebrativo permanenti, comportanti un evidente impatto visivo, sulle cime e sui crinali del Parco”<sup>64</sup>.

Il numero ingente di persone che si recano sul monte Castellazzo solleva diverse perplessità per quel che riguarda la sostenibilità ambientale e il danno che questa pressione antropica può provocare sugli habitat di interesse comunitario. Ancor di più, ci si interroga sulla redditività economica di questo fenomeno. Ci si chiede se ha avuto effetti reali sull'economia di Passo Rolle. In forma ancora interrogativa, ci si chiede se il flusso di quanti accedono al Passo Rolle sia mutato in contemporanea con l'iscrizione delle Dolomiti nella Lista del patrimonio mondiale che è anche contemporaneo alla posa del Cristo pensante e all'inaugurazione del Trekking. All'atto pratico, molti automobilisti (e motociclisti) si fermano al parcheggio di Passo Rolle a guardare il panorama e dopo poco tempo riprendono l'auto per andarsene e guadagnare un altro Passo dolomitico.

Per quel che riguarda il Trekking del Cristo pensante, un'azione percorribile potrebbe essere rispondere alla domanda di informazione e spiegazioni espressa da molti dei visitatori e rilevata da I. Perusin (cfr. “*Canali di conoscenza ed esigenze del visitatore*”, nel paragrafo 11.5 I risultati). Si potrebbe dunque pensare di fornire delle informazioni puntuali ai turisti e/o un servizio “didattico”. Tale proposta può andare da un livello minimo di una cartellonistica dalla grafica accattivante e dai messaggi pro-attivi, fino all'organizzazione di un servizio di sensibilizzazione ambientale. Nel percorso del Trekking del Cristo pensante, dopo la riqualificazione ambientale si rammenta che è fatto divieto di uscire dai sentieri tracciati, tuttavia una spiegazione minima del motivo potrebbe aiutare l'escursionista inesperto a comprenderne le motivazioni e a comportarsi di conseguenza. In particolare, in questa prospettiva si potrebbe pensare ad un servizio che unisca il messaggio educativo all'informazione turistica, per la quale il turista che arriva al Passo Rolle deve affidarsi completamente a quanti gestiscono i servizi commerciali<sup>65</sup>.

<sup>63</sup> In particolare, in sede di assemblea della Comunità di Primiero si è discusso sulla necessità di prevedere nel Piano territoriale di Comunità il divieto di installare manufatti di carattere simbolico e celebrativo permanenti sulle cime e sui crinali delle montagne, fatto salvo il patrimonio storico-culturale esistente e la sua manutenzione. Cfr. seduta ordinaria del 28 novembre 2012, odg n. 19.

<sup>64</sup> Parco PAN, Piano del Parco. Norme di attuazione. Maggio 2014, p. 32

<sup>65</sup> Secondo le testimonianze di molti gestori di Passo Rolle e dintorni della rilevatrice alla quale sono state fatte tali richieste da molti visitatori e turisti.

Un dato di fatto è comunque ineliminabile ed è dato dai numeri che, anche in presenza di turisti ed escursionisti dalla forte coscienza ambientale, possono provocare squilibri alla fauna e alla flora. Tuttavia questo problema può essere visto come una potenzialità da sfruttare. La caratteristica fondamentale del Cristo pensante è quella di essere un “luogo faro”: la presenza di quella statua e di quella croce che vengono continuamente narrate e rinarrate fra amici, conoscenti, turisti e nei social network ha acceso un faro sulla cima di una montagna “minore” (ma solo nelle parole). Il camminatore di ritorno dal Cristo pensante non è in grado di disgiungere i manufatti, il paesaggio e il panorama nel quale è stato immerso. E spesso cerca di ritornarci un’altra volta, complice il percorso non impegnativo sotto il profilo escursionistico e la grande soddisfazione estetica (visiva, ma anche olfattiva grazie alla flora) che quell’ambiente così unico trasmette.

Queste caratteristiche consentono di intercettare dei visitatori che il Parco probabilmente non avrebbe avuto modo di cogliere. È evidente che attraverso questo luogo i principi della sostenibilità ambientale, culturale e sociale possono guadagnare una cassa di risonanza tale da farne un “luogo ponte”. Grazie a questa diversa prospettiva sul Cristo pensante, si possono dare delle informazioni di base, ma anche invitare i camminatori a visitare altre zone del Parco attrezzate con dei percorsi didattici più specifici e già allestiti.

In altre parole, il turista al Cristo pensante può portarsi via non solo l’esperienza di montagna, l’esperienza spirituale, ma delle nozioni facilmente spendibili in altre dimensioni della sua vita o della sua vacanza. “È bello” “è suggestivo” “è unico” rappresentano il livello base che tutti gli intervistati esprimono di ritorno dalla cima del Castellazzo. Il turista è un soggetto tendenzialmente ben disposto che sta impiegando il proprio tempo libero in un’attività che lo gratifica. Allora far passare un messaggio che ribadisca l’enorme importanza dell’unicità di quel luogo per l’armonia fra natura e uomo potrebbe essere un salto di qualità che val la pena di proporgli.