

DAL TERRITORIO

Massimiliano Peterlana, presidente di BITM: “La montagna è il nuovo rifugio climatico, ma la crescita va governata”

Agosto 24, 2026



Anche nel 2026 agosto si conferma un mese in crescita per il turismo. Sono oltre 96,7 milioni, infatti, i pernottamenti previsti sul territorio nazionale nel corso del mese, con una crescita dell'1,1% rispetto a un anno fa. Questo quanto emerge dalle stime di Assoturismo Cst, elaborate dal Centro Studi Turistici di Firenze per Confesercenti su un panel di oltre mille imprenditori italiani della ricettività. Fra le mete turistiche che registrano gli incrementi maggiori spicca la montagna con un volume di circa 11,7 milioni di presenze (+2,3% rispetto ad agosto 2025). Il Trentino-Alto Adige è indicato tra le aree montane che stanno beneficiando maggiormente della domanda turistica legata al caldo, come già aveva evidenziato il Ministero del Turismo/ENIT.

“I dati di Assoturismo Confesercenti confermano una tendenza che ormai non può più essere considerata episodica – commenta Massimiliano Peterlana, presidente BITM e vicepresidente vicario di Confesercenti del Trentino – La montagna è diventata una destinazione turistica sempre più importante anche durante l'estate. Un tema sul quale, proprio in questi giorni, anche Uncem sta riflettendo, attraverso un sondaggio pubblico rivolto a tutti, per capire come sia andato il turismo in montagna nell'estate 2026 e, soprattutto, per raccogliere indicazioni su cosa serva per affrontare i prossimi anni. Al centro della riflessione ci sono anche il governo dei flussi, gli investimenti necessari nei territori, la distribuzione delle presenze e il tema, sempre più attuale, di come conciliare l'attrattiva turistica con le esigenze delle comunità che vivono la montagna tutto l'anno”.

Dati che, sottolinea Peterlana, rappresentano una buona notizia, ma vanno anche letti con attenzione: “La montagna si sta trasformando, in qualche modo, in un vero e proprio “rifugio climatico” – spiega – Proprio perché questa tendenza rappresenta una grande opportunità, è necessario guardarla con senso critico. Il rischio, infatti, è che alla crescita della domanda debba corrispondere una capacità altrettanto efficace di governare i flussi. Lo abbiamo visto anche recentemente, con episodi di forte congestione e code che hanno interessato alcune delle località più frequentate. Alcune destinazioni possono trovarsi a gestire picchi di presenze concentrati in periodi molto brevi, con conseguenze sulla mobilità, sui servizi, sull'ambiente e sulla qualità dell'esperienza turistica. A questo si aggiunge il rischio che una domanda crescente venga ulteriormente alimentata da operazioni commerciali che, se non accompagnate da una visione complessiva, possono accentuare la concentrazione anziché favorire una distribuzione più equilibrata delle presenze». La sfida, prosegue Peterlana, è quindi portare «il turismo giusto, nel momento giusto e nei luoghi giusti”.

La 27° edizione di BITM, dedicata al tema del “Digiturismo” e in programma a Trento nelle giornate del 18 e 19 novembre, va in questa direzione: “Nei contesti montani, il digitale può assumere un valore ancora più significativo – evidenzia il presidente – Può migliorare l'accessibilità, rendere più fluida la fruizione, rafforzare la competitività delle destinazioni, connettere territori spesso diffusi e caratterizzati da un'elevata complessità. Il digitale, se governato, può quindi essere non soltanto uno strumento di promozione, ma anche per conoscere e gestire al meglio i flussi, prevederne i picchi, orientare i visitatori, valorizzare territori meno conosciuti, distribuire meglio la domanda. La tecnologia può aiutarci a passare da una gestione reattiva a una gestione più intelligente e consapevole. La crescita della montagna estiva è una grande opportunità per il Trentino e per tutto l'arco alpino – conclude Peterlana – Ma non dobbiamo commettere l'errore di misurare il successo soltanto attraverso il numero degli arrivi e delle presenze. Perché la vera sfida non è soltanto stagionalizzare il turismo, ma governarne la crescita, rendendolo più sostenibile, più diffuso e più capace di creare valore per chi visita la montagna e, soprattutto, per chi in montagna vive e lavora tutto l'anno. Ed è proprio su questo punto che tecnologia, dati e capacità di visione possono aiutarci a trasformare una crescita importante in uno sviluppo sostenibile”.