



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



CARTA DI CISON DI VALMARINO

La sostenibilità: elemento di competitività

CASTELBRANDO
CISON DI VALMARINO (TV)
28-31 MAGGIO 2022

MIRABILIA 2022



UNIONCAMERE



UNIONCAMERE
VENETO



eurosportello
del veneto



CAMERA DI COMMERCIO
VENEZIA ROVIGO



CAMERA DI COMMERCIO
PADOVA
il futuro a portata di impresa



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO
AGRICOLTURA VERONA

Organizzato da



PATROCINIO
REGIONE DEL VENETO



Veneto
The Land of Venice

www.veneto.eu



VENICEPROMEX
Agenzia per l'internazionalizzazione
del sistema camerale veneto



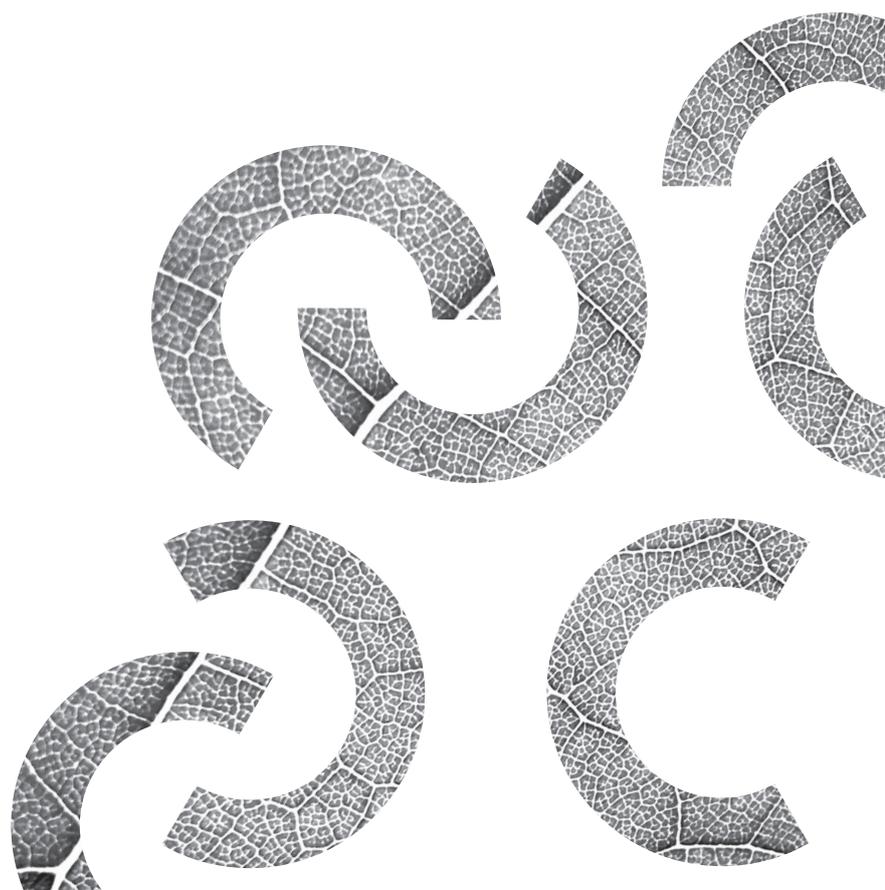
CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



CARTA DI CISON DI VALMARINO

La sostenibilità: elemento di competitività

CISON DI VALMARINO
31 MAGGIO 2022



• CONTESTO DI RIFERIMENTO •

Il turismo sostenibile si definisce come un *“Turismo capace di soddisfare le esigenze dei turisti di oggi e delle regioni ospitanti prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro. Tutte le risorse dovrebbero essere gestite in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica, i sistemi di vita dell'area in questione.”*^[1]

Da tale definizione emergono i tre pilastri valoriali sulla base dei quali viene declinato lo sviluppo turistico sostenibile^[2]:

- 1. Sostenibilità ambientale:** Fare un uso corretto delle risorse ambientali per proteggere i processi ecologici, il patrimonio naturale e la biodiversità;
- 2. Sostenibilità economica:** Assicurare strategie economiche di lungo termine al fine di fornire benefici socioeconomici a tutte le parti interessate che siano distribuiti equamente, compresi una stabile occupazione e servizi sociali per le comunità ospitanti;
- 3. Sostenibilità socio-culturale:** Rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, conservare le loro tradizioni e contribuire alla comprensione e tolleranza interculturale.

In quest'epoca di grandi cambiamenti sociali, ambientali ed economici, accelerati bruscamente dalla crisi pandemica e dai recenti eventi bellici in Europa, anche la filiera turistica nel suo complesso è stata messa a dura prova: dalla singola impresa ai comportamenti della domanda, nulla è rimasto invariato. In tale contesto, la sostenibilità assume un ruolo fondamentale e puntare all'evoluzione dell'intero sistema rappresenta la priorità. Investire nel nuovo, innovare i prodotti consolidati, valorizzare la trasversalità del turismo coordinando le imprese di settore e sviluppare le competenze propedeutiche sono alcune delle possibili azioni delineate all'interno del nuovo *Piano Strategico del Turismo del Veneto, 2022-2024.*^[3]

Proprio con l'esigenza di sensibilizzare l'attenzione sul tema dello sviluppo turistico sostenibile e amplificare la conoscenza dei principali concetti e strumenti operativi, la Direzione Turismo della Regione del Veneto ha avviato, all'interno del più ampio programma Interreg Italia - Croazia "Take it Slow", l'elaborazione di un "Manuale sulla Sostenibilità", di prossima pubblicazione e diffusione. Il presente Manifesto, ispirandosi agli stessi contenuti, vuole proporre una sintesi dei principali Obiettivi perseguibili dalle Destinazioni Turistiche nell'ottica di costruire una strategia condivisa ed efficace.

Il riferimento alla scala planetaria è dato dal quadro dei 17 obiettivi dello Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030, elaborati in sede dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) e adottati nel 2015, e per il raggiungimento dei quali il turismo può giocare un ruolo strategico.

Più specificamente, per quanto riguarda la promozione di un approccio sostenibile alla gestione delle destinazioni, i siti con designazioni UNESCO (i siti inclusi nella Lista del Patrimonio Mondiale, le Riserve della Biosfera, i Geoparchi e le Città Creative) possono giocare un ruolo di primaria importanza. UNESCO e Organizzazione Mondiale per il Turismo da tempo collaborano alla formulazione di policy advices per gli Stati Membri in materia di turismo sostenibile e responsabile. In particolare, il Centro del Patrimonio Mondiale ha adottato il World Heritage and Sustainable Tourism Program che aiuta i vari stakeholders istituzionali e, in particolar modo i gestori dei siti, ad adottare tutte le misure possibili per preservare nello spazio e nel tempo il loro valore eccezionale universale. Infine, il Piano Strategico per il Turismo (PST) italiano (che si fonda sui quattro principi fondamentali di sostenibilità, Innovazione, Accoglienza e Accessibilità) riconosce ai siti UNESCO un ruolo chiave nel contribuire ad accrescere l'attrattività del Sistema Paese.

Nell'invito universale ad adottare un cambio di paradigma, tutti gli attori della filiera sono chiamati a spendersi attivamente dando il proprio contributo. Il ruolo delle DMO di veicolare i valori di sostenibilità attraverso i rispettivi campi d'azione di *governance, destination management* e *destination marketing* risulta cruciale.

Attraverso il presente documento i rappresentanti delle regioni e delle destinazioni, si impegnano ad adottare tutte le misure necessarie per promuovere un turismo sostenibile all'interno del territorio, al fine di preservare le risorse ambientali, sociali e culturali e distribuire i benefici derivanti dall'attività turistica ai propri abitanti e ai propri ospiti, migliorandone la qualità della vita.

• OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ PER LE DESTINAZIONI TURISTICHE •

PRODOTTO

1. OFFERTA TURISTICA

Lavorare in sinergia con tutti gli attori del territorio per sviluppare un'offerta turistica altamente qualificante che, mettendo al centro la sostenibilità come valore fondante, sia in grado di: competere nel mercato tra le sustainable destination, destagionalizzare i propri flussi turistici e combattere il fenomeno dell'overtourism.

Con l'aggiornamento dei valori di sostenibilità all'interno di vision, obiettivi strategici e azioni dei propri *Destination Management Plan*, le DMO condividono con il presente Manifesto gli approcci del Piano Strategico Regionale e i 17 obiettivi dello Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030. Itinerari, prodotti, offerte integrate stimolano la scoperta dei luoghi meno noti e delle esperienze legate al turismo esperienziale, nel pieno rispetto delle identità locali, e permettono alle Destinazioni di posizionarsi nel mercato come valide alternative ai prodotti standard. Il coinvolgimento di tutti gli attori in un'operazione sinergica è elemento strategico per rendere le Destinazioni attrattive e servite durante tutto l'anno e per equilibrare i flussi turistici in modo sostenibile e all'interno della loro capacità di carico (*carrying capacity*) complessiva e delle singole componenti del loro sistema.

2. SLOW TOURISM

Sviluppare e promuovere un'offerta organizzata e variegata di turismo lento in ciascuna Destinazione turistica, per veicolare le attività sostenibili che possono essere praticate in risposta ai principali raggruppamenti motivazionali: cicloturismo, trekking e cammini, turismo fluviale e acquatico, turismo equestre.

Con maggiori investimenti nelle infrastrutture funzionali allo sviluppo del prodotto turistico le Destinazioni offrono un turismo lento di qualità, in cui i principali servizi sono garantiti dalla filiera imprenditoriale adeguatamente supportata. Un'appropriata comunicazione di tali prodotti, che comprendono una serie di strumenti, dalla corretta segnaletica in loco alla promozione online e offline, ne garantiscono l'adeguata fruibilità.

GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI E CULTURALI

3. GENIUS LOCI E IDENTITÀ CULTURALE

Valorizzare le identità culturali e le tipicità locali insite nelle Destinazioni turistiche e far emergere le caratteristiche intrinseche che le rendono uniche al mondo - il cosiddetto *genius loci*.

Il coinvolgimento delle comunità residenti attraverso iniziative di vario genere rafforza la propria identità culturale e permette di declinare al meglio il *genius loci* per creare prodotti turistici competitivi, che includono la proposta di esperienze autentiche, favoriscono l'incontro tra cittadini e turisti e la scoperta di tradizioni e costumi locali. Le Destinazioni che dedicano attenzione allo sviluppo del turismo esperienziale facilitano la nascita di nuove economie creative e innovative, valorizzano meglio le economie tradizionali grazie ai mestieri antichi - quali artigianato locale, agricoltura/allevamento/pesca nelle loro forme tradizionali e sostenibili - e valorizzano il proprio patrimonio culturale intangibile. In particolare, i siti di valore eccezionale universale, sia naturalistico che culturale, riconosciute come Patrimonio Mondiale dall'UNESCO, rappresentano per le Destinazioni degli asset particolarmente importanti da promuovere.

4. AREE NATURALI E BIODIVERSITÀ

Favorire azioni di salvaguardia delle aree naturalistiche fragili nonché delle aree ad alto valore paesaggistico presenti nelle Destinazioni, promuovendo forme di turismo responsabile e/o contingentato, nel pieno rispetto dei siti e dei relativi ecosistemi.

Per la salvaguardia del paesaggio all'interno delle Destinazioni diventano strategiche le azioni di lotta alla cementificazione e di ripristino delle aree naturali, quali ad es. riforestazione, ripascimento delle spiagge, bonifica

e/o rinaturalizzazione di aree danneggiate dalle attività antropiche, etc. Di altrettanta rilevanza è la sensibilizzazione di residenti e turisti sui temi di tutela del patrimonio naturale e della biodiversità, oltre che la promozione di azioni di responsabilizzazione attiva.

5. AREE MONTANE

Guidare le destinazioni montane nella risposta ai grandi temi contemporanei che le interessano: la fragilità dell'ecosistema naturale, la dimensione strutturale fatta di micro-imprenditorialità e l'evoluzione della domanda di mercato.

Il turismo montano registra una fase di maturità del suo ciclo di vita, dove è fondamentale agire attraverso la rivitalizzazione dell'offerta, la creazione di nuove strategie e l'allineamento ai trend di mercato. L'approccio sostenibile da adottare per l'adattamento al cambiamento climatico, che minaccia fortemente soprattutto l'offerta invernale, si rivela essere la migliore combinazione tra crescita economica e protezione delle risorse naturali. La generazione di conoscenza garantita dalle forme di confronto e dalle occasioni di crescita comune, le collaborazioni territoriali e la spinta all'innovazione sviluppano un approccio imprenditoriale e un'immagine professionale a favore della Destinazione. Il valore della qualità permea l'offerta variegata e organizzata di risorse, specificità e servizi, in condivisione con tutti gli stakeholder della Destinazione in ottica sistemica per la promozione di un prodotto area.

6. SISTEMA COSTIERO

Accrescere lo sviluppo sostenibile delle Destinazioni turistiche affacciate sul mare e sulla laguna⁴¹.

Le Destinazioni mirano a rafforzare la governance d'insieme per agire con un approccio coordinato e di gestione integrata dell'intero sistema costiero regionale. Azzerando le attività di pesca illegale o eccessiva che compromettono l'ecosistema acquatico, la vita marina è salvaguardata e si possono rivitalizzare i settori e le attività tradizionali, come il pescaturismo. L'educazione di turisti e residenti circa il tema della biodiversità è un passaggio alla base per la sua tutela. Altrettanto importanti sono le azioni di riduzione della cementificazione della costa, di limitazione della desertificazione insieme a pratiche di pesca sostenibile.

TRADE & INVESTIMENTI

7. IMPRESE LOCALI E CRESCITA ECONOMICA

Puntare al consolidamento di un sistema economico locale etico e sostenibile, forte e competitivo sul mercato, che tragga parte della sua linfa vitale dalle ricadute positive della filiera turistica di destinazione.

L'innovazione d'impresa, la responsabilità sociale d'impresa e le produzioni responsabili sono ambiti in cui è fondamentale il supporto delle Destinazioni, che si fanno portavoce verso l'intero sistema turistico delle opportunità e linee di finanziamento offerte da enti pubblici territoriali, nazionali ed europei, anche mediante un'efficace azione di comunicazione interna. In parallelo, il monitoraggio dell'impatto ambientale delle attività svolte all'interno delle Destinazioni permette di raggiungere la loro neutralità carbonica.

INFRASTRUTTURE

8. ARRIVARE A DESTINAZIONE

Sviluppare adeguati sistemi infrastrutturali che permettano di raggiungere le Destinazioni turistiche in modo sostenibile dai principali hub intermodali, privilegiando collegamenti a basso impatto.

Le Destinazioni promuovono la creazione di accordi strategici con i principali stakeholder del sistema regionale infrastrutturale e dei trasporti e li affiancano in fase di co-progettazione di piani strategici. L'incentivazione di sistemi intermodali e il potenziamento di flotte e linee di mezzi di trasporto collettivo a basso impatto ambientale, anche sulle lunghe percorrenze, sono azioni essenziali per offrire l'opportunità di raggiungere le varie Destinazioni in maniera sostenibile.

9. MUOVERSI A DESTINAZIONE

Sviluppare all'interno di ciascuna Destinazione turistica un'offerta integrata di mobilità e micro-mobilità sostenibile, adeguata alle caratteristiche della località e *user friendly*, insieme ad un sistema di itinerari e percorsi ciclo-pedonali.

Le Destinazioni promuovono l'utilizzo di mezzi pubblici di trasporto a basso impatto, per raggiungere facilmente i principali punti di interesse nonché i punti strategici di interscambio. L'adozione di soluzioni di micro-mobilità sostenibile condivisa, l'installazione di colonnine elettriche per *e-cars* ed *e-bike* e l'implementazione di reti ciclo-pedonali sono soluzioni strategiche che favoriscono la mobilità interna delle Destinazioni nel pieno rispetto dell'ambiente.

10. SVILUPPO URBANISTICO E CONSUMO DI SUOLO

Progettare città sempre più ecologiche, efficienti e vivibili, che possano offrire spazi di qualità ai propri abitanti e visitatori.

Le Destinazioni ripensano i propri centri urbani attraverso politiche di rigenerazione del patrimonio immobiliare esistente, volte all'efficientamento energetico degli edifici, e di "costruire sul costruito", limitando al massimo il consumo di nuovo suolo e di impoverimento degli spazi verdi e naturali a causa di ulteriori cementificazioni. Nel disegno delle *sustainable destination* non possono mancare il recupero in chiave innovativa delle aree urbane degradate e la qualificazione degli spazi pubblici. A livello di governance, diventa strategico il coinvolgimento delle DMO nella co-progettazione dei piani urbanistici dei propri territori afferenti.

CONSUMO

11. ENERGIA, ACQUA E RIFIUTI

Aumentare il livello di performance in ciascuna delle Destinazioni turistiche in tema di energia da fonti rinnovabili, gestione della risorsa idrica e gestione dei rifiuti.

Per far fronte ai cambiamenti climatici e limitare il degrado ambientale, le Destinazioni puntano ad incrementare la quantità di energia pulita autoprodotta e a migliorare la gestione della risorsa idrica, contrastando l'inquinamento delle acque, limitando gli sprechi idrici negli spazi pubblici e incentivando tra i privati l'utilizzo di sistemi di raccolta delle acque meteoriche e di dispositivi per la riduzione di sprechi. In merito alla gestione dei rifiuti, viene aumentata la percentuale di raccolta differenziata e promosse pratiche virtuose alternative alla logica dell'usa e getta, quali iniziative di riuso, vendita dell'usato e di prodotti sfusi. Le Destinazioni promuovono localmente politiche di *carbon pricing*, *carbon tax* e *carbon credit* e azioni in linea con Green New Deal, così da sensibilizzare la comunità in tema di lotta al cambiamento climatico.

DATI E COMPETITIVITÀ

12. DIGITAL ^[5]

Supportare la transizione digitale delle Destinazioni.

DMO, MICE e PMI ricorrono ad un utilizzo sempre più diffuso e capillare del *Destination Management System* regionale nelle loro attività. Per favorire la transizione digitale, si incoraggia la diffusione tecnologica per la promozione e la fruizione del patrimonio culturale e naturale e si incentiva l'impiego di strumenti digitali a supporto della mobilità sostenibile e l'interconnessione modale a vantaggio di residenti e turisti. La sensibilizzazione delle PMI circa la digitalizzazione viene promossa attraverso sportelli e promoters, comunicazione semplificata e diretta, partecipazione ad eventi di settore. È importante dotarsi di strumenti di analisi che consentano di monitorare ad es. la reputazione online e il sentiment dei visitatori, la performance delle strutture ricettive, la distribuzione di arrivi e presenze^[6].

13. MISURAZIONE DEL LIVELLO DI SOSTENIBILITÀ

Misurare e monitorare costantemente il livello di sostenibilità e l'impatto del turismo sia a livello di singola DMO sia a livello di Destinazione Veneto.^[7]

Il conseguimento di certificazioni di sostenibilità delle comunità e i percorsi di certificazione rivolti a strutture ricettive, imprese e organizzatori di eventi sono strumenti strategici per le Destinazioni in quanto garantiscono maggiore competitività e un migliore posizionamento nel mercato. Monitorare e misurare costantemente l'impatto del turismo sui territori e il proprio livello di sostenibilità attraverso l'utilizzo di strumenti di gestione e strumenti di valutazione del ciclo di vita (LCA) dei vari prodotti e servizi offerti, consente alle Destinazioni di mettere in atto politiche e azioni volte al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità indicati nel presente Manifesto.

14. COMUNICAZIONE DEI RISULTATI

Comunicare con continuità e trasparenza le azioni sostenibili intraprese dalle Destinazioni, per competere efficacemente sul mercato posizionandosi come *green destinations*.

Le Destinazioni si impegnano ad aggiornare periodicamente la comunità sulle azioni sostenibili da loro intraprese creando iniziative di coinvolgimento diretto di turisti e residenti, anche attraverso campagne social. Le Destinazioni raccolgono, valorizzano e diffondono le proprie iniziative e quelle promosse dalle imprese del territorio, per acquisire competitività e presentarsi sul mercato come green destinations.

INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

15. INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

Rendere gli uffici di Informazione e Accoglienza Turistica delle Destinazioni i primi ambasciatori in loco dei valori espressi e condivisi dal presente Manifesto, nonché dell'offerta turistica sostenibile promossa dalla Destinazione stessa.

L'estensione e l'adozione della "Carta dell'Accoglienza" permette alle Destinazioni di fare dell'accoglienza il proprio punto di forza, coinvolgendo tutti i referenti delle DMO attraverso incontri mirati.^[8] La formazione del personale IAT e degli operatori della Rete Info Point sui temi della sostenibilità ed in particolare su proposte e prodotti green presenti nella propria Destinazione, li rende veri e propri ambasciatori in loco. Le Destinazioni veicolano informazioni legate alla mobilità sostenibile e agli eventi sostenibili per aggiornare residenti e turisti sull'offerta promossa dalla destinazione stessa. Ove possibile, alle stampe dei materiali di comunicazione si predilige l'utilizzo di canali e dispositivi digitali.

16. FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Sensibilizzare ed informare residenti e turisti circa la prioritaria importanza di uno sviluppo turistico sostenibile, fornendo adeguati riferimenti e strumenti per l'applicazione di comportamenti virtuosi. La comunicazione chiara ed accessibile di tutte le possibili pratiche e/o iniziative promosse dalla singola Destinazione in materia di sostenibilità è fondamentale per coinvolgere e sensibilizzare turisti e residenti. Le Destinazioni sviluppano piani di marketing ad hoc multicanale e promuovono l'organizzazione di eventi ad impatto positivo per dare voce ai messaggi di sostenibilità e invogliare la comunità a partecipare attivamente ad iniziative e proposte sostenibili.

CAPITALE UMANO, LAVORO EQUO E DI QUALITÀ, CAPACITY BUILDING, INCLUSIONE SOCIALE

17. INCLUSIONE SOCIALE

Come enunciato da Agenda 2030 con il suo 10° obiettivo, *ridurre le disuguaglianze* è un orizzonte universale per ambire ad una piena sostenibilità sociale. Il turismo può essere un potente strumento che agisce in questa direzione, se coinvolge le popolazioni locali e tutte le principali parti interessate al suo sviluppo.^[9]

Il contesto lavorativo, politico, sanitario, di istruzione e di servizi di tutti i territori afferenti alle DMO sono accessibili a tutti, colmando i gap di genere, di provenienza sociale e geografica. Le Destinazioni sono attente ai bisogni specifici di particolari categorie di turisti e si prodigano perché ciascuna possa beneficiare servizi e prodotti rispondenti alle proprie peculiarità, senza discriminazione o clusterizzazione alcuna.

GOVERNANCE & POLICY

18. LA FORZA DELLA RETE

Avviare un Tavolo di Coordinamento stabile che veda coinvolte la Regione, le rispettive DMO territoriali e gli enti gestori dei siti UNESCO, per confrontarsi sui temi della sostenibilità, sulle azioni prioritarie da mettere in campo e sullo sviluppo di un'offerta turistica sostenibile integrata.

La realizzazione e condivisione di report e dati sulla sostenibilità legata al turismo nella propria destinazione e la creazione di club di prodotto in chiave green, sia a livello di destinazione sia a livello regionale, favorisce il coordinamento tra le parti e la creazione di una rete forte e strategica per la Destinazione stessa. Le Destinazioni si impegnano a condividere le pratiche virtuose di turismo sostenibile, in particolare quelle facilmente applicabili, nell'ottica di sviluppare un'offerta turistica sostenibile e integrata.

Cison di Valmarino, 31 maggio 2022

Mario Pozza
Presidente

Camera di Commercio di Treviso – Belluno | Dolomiti



Angelo Tortorelli
Presidente

Associazione Mirabilia Network



- [1] Fonte: UNWTO
- [2] Fonte: *Glossario & Termini per uno Sviluppo Turistico Sostenibile* (2021), a cura di E. Mingotto e A. Miotto
- [3] Fonte: PSTV 2021 - 2023
- [4] Rif. ad Agenda 2030, Ob.14 – *La vita sott'acqua*
- [5] Fonte: PSTV 2021-2023, A.4.2 *Digitale*
- [6] Fonte: <https://osservatorioturismoveneto.it>
- [7] Rif. al PSTV 2021-2023, A.2.1.1. *Avviare un programma regionale coordinato di certificazioni ambientali (per imprese e destinazioni) con la prospettiva di pervenire ad un marchio unico oggettivato di sostenibilità*
- [8] Fonte: PSTV 2021-2023, A.1.2.3
- [9] Fonte: *Glossario & Termini per uno Sviluppo Turistico Sostenibile* (2021), a cura di E. Mingotto e A. Miotto

