

atti
proceedings

V edizione
16 - 17 novembre 2007

2007

**Le Regioni e
l'Unione Europea
per lo sviluppo
del turismo
sostenibile**

**Regions and the
European Union
for the development
of sustainable
tourism**

Palazzo degli Affari
Piazza Adua, 1
Firenze



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



REGIONE
TOSCANA



atti



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile

V edizione 2007



**Palazzo degli Affari
Firenze**

16-17 Novembre 2007



Firenze 16-17 Novembre 2007

Le Regioni e l'Unione Europea per lo sviluppo del turismo sostenibile

OBIETTIVI

La Regione Toscana, propone l'appuntamento di Euromeeting 2007, facendo propri gli obiettivi generali della Commissione Europea in materia di Turismo sostenibile.

Vi proponiamo di partecipare a questo importante appuntamento internazionale al fine di:

- **garantire il confronto** sulle strategie in atto nelle differenti realtà in rapporto a Agenda 21 e ai documenti di programmazione degli interventi
- **raccogliere e presentare gli interventi** realizzati nel rispetto degli obiettivi posti da Agenda 21
- **analizzare i modelli** di programmazione e attuazione realizzati nel periodo 2000/2006 anche con l'utilizzo dei Fondi strutturali a sostegno dello sviluppo di un turismo sostenibile e fare il punto sulle opportunità offerte dalla nuova programmazione comunitaria
- **definire modelli condivisi** per la promozione di attività di ricerca applicata al turismo sostenibile al fine di introdurre pratiche e pratiche innovative rispetto ai temi dello sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche europee
- **verificare la possibilità di strutturare un modello** per garantire un confronto costante sulle problematiche del turismo sostenibile tra Regioni, Autonomie locali, Stati membri e Commissione Europea, ma anche con l'universo delle imprese e dei consumatori promuovendo la costituzione di una specifica Rete Europea



Profilo generale del Seminario

La sede di svolgimento di Euromeeting sarà il Palazzo degli Affari di Firenze.

Il programma di massima del Seminario può essere così sintetizzato:

16 novembre 2007

mattina

Saluti dei rappresentanti delle istituzioni, presentazione della giornata e interventi dei rappresentanti degli Organismi internazionali (Commissione UE, Organizzazione Mondiale del Turismo, Agenzia UNEP dell'ONU, rappresentanti dei Governi degli Stati membri, e delle Regioni) sulle problematiche di carattere generale e legate al quadro internazionale di riferimento.

pomeriggio

Presentazione di casi specifici realizzati nelle varie regioni e realtà locali.
Presentazione di un documento per la promozione di un modello di cooperazione tra le regioni per garantire un confronto costante sulle politiche per la promozione della ricerca applicata al tema dello sviluppo sostenibile del turismo.

17 novembre 2007

mattina

Avvio della costituzione della Rete europea delle destinazioni di eccellenza del Turismo sostenibile.
Approvazione del Protocollo di Intesa "Verso una Rete Europea per un Turismo Sostenibile e Competitivo - Le politiche e gli strumenti per consolidare una strategia europea di rete di destinazioni di eccellenza per un turismo sostenibile e competitivo"



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile



Venerdì 16 novembre

Ore 8.30 REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

Ore 9.00 SALUTI

Leonardo Domenici - Sindaco di Firenze

Claudio Martini - Presidente della Regione Toscana

Ore 9.30 INTERVENTI INTRODUTTIVI

Presiede:

Ambra Giorgi - Presidente Quinta Commissione del Consiglio Regionale della Toscana

Paolo Cocchi - Assessore Turismo, Commercio e Cultura della Regione Toscana

Pedro Ortun - Direttore della Direzione generale Impresa e industria della Commissione Europea

Ore 10.30 PRIMA SESSIONE

Un'agenda per un turismo Europeo sostenibile e competitivo: criteri, metodi e strategie

Presiede:

Angelo Balducci - Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipart. per lo sviluppo e la competitività del turismo

Luigi Cabrini - OMT, Dipartimento dello sviluppo sostenibile del Turismo

Sergio Arzeni - OCSE, Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico

Luis Patrao - Presidenza Portoghese dell'Unione Europea

Gabriele Guglielmi - ETLC, Sindacato Europeo – Comitato sul Turismo

Paolo Petrucci - Ente Nazionale Sordi

Ore 11.45 SECONDA SESSIONE

Destinazione Europa, destinazione cultura

Presiede:

Maruja Gutierrez Diaz - Capo Unità, Innovazione e politiche di Lisbona, DG EAC, EC

John Winton - ECTN, Rete Europea Turismo Culturale

Maurizio Davolio - AITR Associazione italiana turismo responsabile

Ossian Stiernstrand - CEEP, Centro Europeo delle Imprese a partecipazione Pubblica e per lo sviluppo economico

Marco Sala - Direttore Centro Interuniversitario ABITA

Sorina Capp - Istituto Europeo degli Itinerari Culturali

Lars Nordström e Tomas Olsson - CRPM Gruppo sul Turismo Sostenibile

Conclusioni:

Francesco Ianniello - Capo Unità Turismo, CE

Ore 13.15 PAUSA PRANZO



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile



Venerdì 16 novembre

Ore 10.30 TERZA SESSIONE

Verso una Rete europea per un turismo sostenibile e competitivo

Antonino Mario Melara - Regione Toscana (Italia)

Marién André e Joan Carles Vilalta - Generalitat de Catalunya (Spagna)

Laurent Greffeuille e Alexandre Noël - Région PACA (Francia)

Malcom Bell e Neil Warren - South West England (Regno Unito)

Rainer Jelinek - Upper Austria (Austria)

Nils-Arvid Andersson - Region Skane (Svezia)

Betina Meliss - Baltic Sea Region (Germania)

Eric Nanchen - Région Valais (Svizzera)

Katalin Hall - North-Hungary Region (Ungheria)

Conclusioni operative con appuntamenti futuri:

Paolo Bongini - Regione Toscana

Ore 17.30 **Conclusione dei lavori della prima giornata**

Sabato 17 novembre

Ore 9.30 **Paolo Bongini** - Nasce la Rete europea per un turismo sostenibile e competitivo

Ore 9.45 **Jean-Pierre Martinetti** - Gruppo sul Turismo Sostenibile, EC

Ore 10.00 **Interventi delle Regioni e degli Organismi promotori della Rete**

Ore 11.00 **Un percorso per l'operatività della Rete:**

- Organizzazione del coordinamento
- L'appuntamento in Catalonia
- L'appuntamento in PACA

Presentazione e firma del protocollo d'intesa per la costituzione della Rete europea per un turismo sostenibile e competitivo

Conclusioni:

Paolo Cocchi - Assessore Turismo, Commercio e Cultura della Regione Toscana

Ore 12.00 **CONCLUSIONE DEI LAVORI**



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile



venerdì 16 novembre



interventi introduttivi

PAOLO BONGINI - Regione Toscana, Dipartimento dello sviluppo economico. Responsabile servizio turismo.

Apri questa edizione di Euromeeting 2007, che la Toscana organizza per condividere esperienze e idee con le Regioni e gli Organismi, presenti con i loro rappresentanti, sul tema dello sviluppo sostenibile. Annuncia che ci sarà qualche cambio di programma rispetto a quanto scritto nella scaletta, il rappresentante del Comune di Firenze infatti non è ancora arrivato. Prima dell'intervento introduttivo di Paolo Cocchi, vengono passate in rassegna delle immagini di Firenze e della Toscana.

PAOLO COCCHI - Assessore alla cultura, al turismo e al commercio, Regione Toscana

Ringrazia la direzione generale dell'impresa della Commissione Europea, rappresentata dal dottor Ianniello e dai suoi collaboratori, che hanno contribuito a organizzare questo appuntamento.

Sul tema dello sviluppo del turismo sostenibile e delle problematiche legate all'applicazione di Agenda 21, sono state portate avanti molte iniziative in campo internazionale. In ottobre 2007 sono stati definiti gli orientamenti della commissione Agenda 21 per un turismo sostenibile e competitivo, tema che è stato approfondito anche nel forum del turismo di Algarve. Tuttavia, ancora oggi, non sono stati definiti modelli applicativi condivisi per sperimentare formule innovative sulle destinazioni turistiche europee più importanti.

È indispensabile, oggi, orientare le politiche di sviluppo del turismo verso azioni coerenti e di sostenibilità. È essenziale innanzitutto operare su due grandi filoni, introdotti anche nelle applicazioni più significative di Agenda 21: quello della conoscenza e della misurazione dei fenomeni legati al turismo e alle applicazioni di tipo ambientale, culturale, e quello di tipo sociale, componente importante che interagisce nel formare l'affetto turistico. In tal senso la Toscana può dare un contributo importante.

In questi anni è sempre più diffusa la consapevolezza che lo sviluppo dell'offerta dipende strettamente dal rispetto dell'ambiente e dalla valorizzazione delle identità locali; una riprova è rappresentata dalle centinaia di imprese che hanno scelto la strada della certificazione ambientale e della eco-efficienza.

Esistono problemi molto gravi di impatto del turismo nelle grandi città d'arte e nei siti più visitati: Firenze ne è un esempio, Pisa ne è un altro, San Gimignano un altro ancora. Fortunatamente è comunque diffusa la convinzione che il turismo sostenibile non sia più un'opzione che si possa scegliere o non scegliere. Il concetto di sostenibilità è entrato nelle politiche di governo delle città e dei territori, e i settori produttivi si stanno rendendo conto che è sempre più conveniente pensare al proprio business in chiave di eco-compatibilità. In questo modo si attenuano gli effetti del mercato che innesca processi destinati al consumo immediato delle risorse, all'interno di un vero e proprio ciclo di sfruttamento. Il turismo sostenibile accomuna dunque i fronti dell'impresa e delle politiche pubbliche in una sfida unitaria: considerare il territorio come fenomeno di attrattiva e contemporaneamente sostenere e promuovere ai vari livelli comportamenti rispettosi dell'ambiente, delle risorse e delle identità culturali.

Anche il governo della regione Toscana ha puntato molto nel coinvolgimento convinto delle imprese per la costruzione di un'offerta innovativa. Purtroppo il settore del commercio e del turismo anche in Toscana, che pur vanta di un livello di democrazia e relazioni sociali molto alto, non è immune dai fenomeni di abusivismo e di sfruttamento della manodopera. È stato attivato un osservatorio regionale che intende monitorare anche questi fenomeni, convinti che la sostenibilità significhi anche grande attenzione ai diritti e alla qualità del lavoro. Tutto questo deriva da un'innovazione storica di rispetto del nostro patrimonio naturale e storico e delle identità a livello locale. Turismo sostenibile significa infatti anche tutela delle identità: la Toscana ha identificato 455 prodotti agroalimentari tradizionali, ha individuato 9 prodotti a denominazione di origine protetta, 10 gp, 6 vini a denominazione di origine controllata e 36 doc, senza contare le oltre 1600 attività di artigianato artistico e professionale.

Occorre operare facendo sistema a livello europeo, condividendo in scala sempre più ampia le migliori politiche e gli esperimenti adottati. Euromeeting si propone di essere un'occasione di approfondimenti, di nuove conoscenze, nonché un'opportunità per creare strumenti operativi che possano aiutare gli addetti ai lavori, le istituzioni, le imprese nel loro lavoro. Per assicurarsi del livello di consistenza di offerte già strutturate e vendibili, è essenziale puntare su tre obiettivi:

1. approfondire i temi di Agenda 21 che riguardano le principali destinazioni europee;
2. dare avvio a una relazione di reti strutturate e continuative fra le destinazioni principali del turismo in Europa;

3. condividere e sostenere un modello comune per l'attivazione di programmi di ricerca e innovazione per il turismo sostenibile.

Nell'ottobre 2007, periodo della presidenza portoghese nell'UE, si è tenuto in Algarve il forum europeo del turismo per risollevere l'attenzione delle istituzioni, del mondo delle imprese, e delle altre forze economiche e sociali. La Direzione Generale Impresa ed in particolare l'Unità Turismo della Commissione hanno suggerito di caratterizzare la V edizione di Euromeeting nella forma di seminario internazionale, per l'approfondimento delle tematiche applicative e delle risultanze prodotte dal forum di Algarve. Queste di seguito sono le condizioni prioritarie dell'incontro:

- garantire il confronto sulle strategie in atto sulle differenti realtà in rapporto a Agenda 21;
- raccogliere e presentare gli interventi organizzati nel rispetto degli obiettivi posti da Agenda 21;
- analizzare i modelli di programmazione e attuazione realizzati nel 2006-2007 per sostenere lo sviluppo del turismo sostenibile;
- definire modelli condivisi per la promozione di attività di ricerca applicata al turismo sostenibile delle destinazioni europee;
- verificare la possibilità di costruire un modello che garantisca un confronto costante sulle problematiche del turismo sostenibile tra regioni e autonomie locali, stati membri e Comunità Europea, ma anche con l'universo delle imprese e dei consumatori, promuovendo la creazione di una specifica rete con l'universo delle imprese e dei consumatori.

Partendo da questi presupposti è nata la volontà di mettersi a disposizione di regioni e realtà di paesi emergenti che credono nella possibilità del turismo per garantire uno sviluppo sostenibile.

La regione Toscana da alcuni anni sta operando con progetti concreti che si stanno realizzando in altri paesi e realtà del mondo, affinché sia possibile, partendo da un modello di sviluppo turistico in grado di valorizzare le identità locali, sviluppare e far crescere la piccola e media impresa legata al turismo, all'artigianato artistico e tradizionale e all'agricoltura. Grazie a questa esperienza si sono aperte possibilità per creare strumenti operativi e garantire lo scambio culturale tra realtà differenti orientate a investire in progetti di sviluppo sostenibile.

Non è sempre facile apprezzare scelte lungimiranti e non a effetto immediato, ma questa è la strada migliore da percorrere, anche per rendere competitive le imprese.

PEDRO ORTUN - *Direttore della Direzione generale Impresa e industria della Commissione Europea*

Mi scuso per non essere a Firenze, che ho visitato nel 2003 per il dibattito intitolato "Orientamenti base per la sostenibilità del turismo europeo".

Vorrei ringraziare la Regione Toscana per aver organizzato questo evento, le altre regioni presenti (alcune delle quali hanno in programma di tenere conferenze analoghe l'anno prossimo), e i rappresentanti delle regioni europee che entreranno nella Rete europea per il turismo sostenibile e competitivo che verrà lanciata formalmente domani.

Sono lieto che la Toscana abbia deciso di trasmettere in diretta web questo avvenimento, seguendo l'esempio del Forum in Algarve.

Questa è la prima iniziativa dopo l'adozione della Comunicazione della Commissione sull'Agenda per il turismo europeo sostenibile e competitivo e il suo lancio formale e politico durante il Forum in Algarve. Per inciso, sul nostro sito Web potete vedere gli eventi principali che si sono svolti in quell'occasione. La Commissione ha deciso un suo impegno a lungo termine per definire e lanciare un'Agenda 21 europea per il turismo europeo sostenibile, con il sostegno di altre istituzioni europee come il Consiglio dei ministri, il Parlamento europeo, la Commissione economica e sociale e, si spera, ben presto il Comitato delle regioni.

La Comunicazione si basa sul rapporto stilato dal gruppo del turismo sostenibile e tiene conto dei risultati della consultazione che abbiamo condotto quest'anno. Essa si incentra sui legami diretti tra sostenibilità e competitività. In effetti la sostenibilità economica, sociale e ambientale costituisce un fattore chiave per la competitività a lungo termine delle mete turistiche, per il benessere delle loro

popolazioni, per la creazione di posti di lavoro e per la conservazione e il potenziamento del nostro patrimonio e dei nostri beni naturali e culturali. La sfida principale, quindi, è di rimanere competitivi abbracciando contemporaneamente la sostenibilità. Noi siamo convinti che, integrando il concetto di sostenibilità nelle loro attività, i soggetti operanti nel settore turistico tuteleranno i vantaggi in termini di competitività che rendono l'Europa la meta turistica più attraente del mondo.

Riassumerò gli elementi fondamentali dell'Agenda allo scopo di facilitarne l'attuazione da parte di tutti i soggetti interessati. Essa offre una cornice concettuale basata sui rapporti degli esperti TAC. Conferma che prerequisiti come la sicurezza devono continuare ad essere soddisfatti. Stabilisce gli obiettivi e principi fondamentali per un turismo competitivo e sostenibile ed evidenzia le sfide attuali. Noi riteniamo che l'attuazione dovrebbe essere sostenuta da una politica pubblica e privata appropriata in tre campi principali.

Prima di tutto, la gestione sostenibile delle destinazioni. Questa è cruciale per lo sviluppo del turismo, che esige una struttura efficiente a livello delle destinazioni, dove partnership e leadership efficace sono facilitate dai soggetti interessati. Tale gestione dovrebbe tener conto e abbracciare strumenti come decisioni specifiche di programmazione dell'uso del territorio e investimenti in infrastrutture e servizi. Ciò è molto importante per le mete nuove o emergenti, soprattutto quelle appartenenti ai 12 nuovi Stati membri della UE. Io spero che la velocità di evoluzione e crescita delle loro mete turistiche non porti a uno sviluppo incontrollato, e sono certo che essi possono imparare dagli errori di alcune destinazioni turistiche della ex Unione Europea. Penso che quanto prima dovrebbero essere aperte differenti reti per quei nuovi stati membri.

Il secondo elemento si riferisce alle imprese turistiche. L'Europa ha bisogno che esse integrino il concetto di sostenibilità nel loro modo di pensare e di agire. Ciò significa che dovrebbero sviluppare prassi sostenibili e responsabili, che vengono promosse anche tra le piccole e medie imprese, che sono il cuore dell'industria turistica.

Il terzo e ultimo elemento si riferisce ai turisti. Siamo tutti turisti e tutti dobbiamo essere consapevoli della sostenibilità. Il mercato del tempo libero e del commercio dovrebbe proporre prassi più responsabili ed etiche, in grado di influire sulle scelte dei viaggiatori.

L'Agenda si rivolge anche a tutti gli attori del turismo europeo e chiede un contributo dai membri della Commissione Europea.

Noi contribuiremo all'attuazione dell'Agenda mobilitando gli attori europei per produrre e condividere conoscenze ed esperienze, promuovendo prassi di sostenibilità. Ecco perché sosteniamo iniziative come questa, che è un ottimo esempio. Noi sosteniamo impegni locali e regionali tramite reti per la gestione sostenibile delle mete turistiche. Speriamo che queste iniziative si moltiplichino e si colleghino tra loro per trarre vantaggio dalle differenti esperienze in varie parti d'Europa. Entro i limiti delle nostre risorse, cercheremo di stimolare l'attenzione di quegli attori che creano conoscenza intorno al turismo. Lei ha menzionato la St. Charles University and Institute, osservatori pubblici e privati. Noi siamo a conoscenza dell'esistenza di altre reti e vorremmo incoraggiarle a costruire una piattaforma di conoscenze sul turismo sostenibile.

Il turismo riguarda anche la mobilità, dei turisti stessi e degli addetti al settore. Noi pensiamo che una manodopera flessibile e mobile sia essenziale per lo sviluppo equilibrato del turismo nell'Unione Europea. Intendiamo rafforzare la collaborazione con - e tra - gli Stati membri utilizzando meglio il reporting annuale della Commissione Consultiva sul Turismo, facilitando lo scambio di informazioni e buone prassi ed evidenziando le azioni potenzialmente più riuscite di promozione e salvaguardia della sostenibilità del turismo. Infine vorrei dire una parola sulle altre organizzazioni internazionali che si occupano di tali questioni, in particolare l'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite, che è già molto attiva in questo campo ed è presente ai nostri incontri di oggi e domani.

Un altro campo d'azione è la promozione dell'Europa come insieme di destinazioni di eccellenza. All'ultimo forum europeo sul turismo abbiamo dato un premio alla migliore destinazione rurale emergente. L'anno prossimo si terrà una cerimonia relativa al patrimonio locale nel turismo. Il feedback della prima fase di questa iniziativa è stato ottimo. Ci piacerebbe indagare su come noi tutti - enti pubblici e privati - potremmo rafforzare l'immagine e la percezione dell'Europa come meta turistica di alta qualità con un alto livello di sostenibilità, e lavoreremo con la Commissione Europea Viaggi per potenziare il portale europeo delle destinazioni turistiche.

Abbiamo anche bisogno di migliorare la mobilitazione di strumenti finanziari UE. L'anno prossimo si terranno eventi concreti per spiegare ai soggetti interessati come trarre vantaggio dagli strumenti finanziari disponibili. Pensiamo, in particolare, di inserire il turismo sostenibile in tutti e tre gli obiettivi dei fondi regionali europei per lo sviluppo. Come sapete, l'accesso a questi fondi regionali avviene fondamentalmente a livello regionale, e noi speriamo che tutte le regioni europee facciano del

turismo una delle priorità nell'accesso a questi fondi. Continueremo infine a proporre sostenibilità e competitività in tutte le politiche della Commissione che hanno un impatto sul turismo, come ambiente, trasporti, occupazione, ricerca ecc. Vorrei ricordarvi che la settimana prossima il Consiglio dei Ministri europeo accoglierà formalmente la Comunicazione e inviterà tutti i soggetti interessati a collaborare nella sua attuazione. Noi speriamo che eventi come questo incontro e come il lavoro sviluppato nella rete che verrà formalmente lanciata domani riescano ad aumentare il numero dei membri e a facilitare le sinergie già esistenti. Io spero che saremo tutti in grado di promuovere efficacemente la competitività sostenibile nel turismo europeo che verrà inserita nel nuovo Trattato dell'Unione Europea che deve essere ratificato da tutti gli stati membri prima della fine del prossimo anno, con entrata in vigore nel 2009. Abbiamo davanti a noi una grossa sfida, e io vi auguro ogni successo nel vostro lavoro di oggi e dei mesi a venire.

PAOLO BONGINI - *Regione Toscana, Dipartimento dello sviluppo economico. Responsabile servizio turismo.*

Introduce la I sessione di questo Euomeeting, sottolineando il ruolo fondamentale delle regioni nel portare avanti i progetti di turismo sostenibile. Annuncia l'assenza di Angelo Balducci che verrà sostituito da Giovanna De Grassi.



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile



venerdì 16 novembre



I SESSIONE

**un'agenda per il turismo europeo sostenibile
e competitivo: criteri, metodi, strategie.**

GIOVANNA DE GRASSI - *Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri*

Sostituisce Angelo Balducci impegnato a Roma per motivi di lavoro come rappresentante del governo italiano.

Ringrazia innanzitutto la regione Toscana per questa iniziativa in materia di turismo sostenibile, un processo che il Dipartimento del Turismo segue da moltissimi anni.

Per la Commissione il concetto di sostenibilità ha diverse sfaccettature:

- c'è un discorso di sostenibilità ambientale e sociale: lo sviluppo del turismo deve portare a un effettivo miglioramento dello status delle popolazioni;
- c'è un discorso importantissimo di sostenibilità economica, nel senso che lo sviluppo del turismo nei vari paesi riesce a essere duraturo solo se esso si auto riproduce;
- c'è un discorso di sostenibilità culturale: la pressione che eventualmente può essere esercitata sulle popolazioni dai flussi turistici non deve snaturare il loro stile di vita; anzi deve esserci un'interazione positiva. Una sostenibilità intesa in un senso così ampio riesce a essere competitiva, cioè a determinare una forza che produce vantaggi positivi per lo sviluppo nel tempo.

LUIGI CABRINI - *OMT Dipartimento dello sviluppo sostenibile del Turismo*

Dopo aver ringraziato le autorità della regione Toscana per la determinazione che dimostra nel portare avanti il turismo sostenibile, il dottor Cabrini introduce la questione del turismo legato al problema povertà, tema che è stato affrontato insieme all'assessore Paolo Cocchi. Sostenere il turismo contribuisce infatti, in maniera significativa, alla lotta alla povertà. Solo per citare un po' di numeri: 846 milioni di turisti internazionali sono stati registrati nel 2006, di cui più della metà sono arrivati in Europa. Secondo una stima fatta nel 1995, se la variabile di crescita demografica annua a livello globale si mantiene sulle cifre attuali, nel 2020 ci saranno un miliardo di turisti internazionali. Inoltre, se si considera il numero dei turisti provenienti da paesi extra europei, si deve pensare a un Europa del 2020 con tre, quattro milioni di turisti. Questa continua pressione si concentra sui territori delle destinazioni principali. Per sostenere tali ritmi, occorre tenere conto di alcuni elementi che l'Omt e l'Unep (Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente) hanno sintetizzato in questi punti:

- possibilità economica;
- prosperità locale;
- qualità dell'impiego professionale;
- equità sociale;
- appagamento del turista;
- controllo a livello locale;
- benessere delle comunità;
- ricchezza culturale;
- integrità degli ecosistemi e degli habitat;
- diversità biologica;
- efficienza delle risorse;
- valutazione dell'impatto del turismo sull'ambiente.

Questi sono i principi base da prendere a riferimento per garantire uno sviluppo sostenibile del turismo. L'Unep ha anche stabilito una serie di strumenti (di controllo, volontari, e di misura) per implementare a livello pratico il turismo sostenibile:

- strumenti di controllo: leggi, licenze, pianificazioni sull'uso del territorio, piani per lo sviluppo;
- strumenti volontari: codici di condotta e certificazioni;
- strumenti economici: tasse, incentivi (es. pannelli solari);
- strumenti di misura: necessari per indicare il livello di sostenibilità delle destinazioni turistiche.

Senza possedere strumenti per poter mettere a punto la pianificazione turistica, sarà impossibile applicare dei principi di sostenibilità. All'Omt ci sono dei programmi di training per utilizzare questi indicatori con degli esperti. La metodologia adottata per affrontare queste sfide segue dieci tematiche ben precise:

1. Impatto dei trasporti;
2. Qualità della vita dei residenti e della popolazione turistica;
3. Qualità del lavoro;
4. Allargamento del rapporto domanda/offerta rispetto all'obiettivo della destagionalizzazione,
5. Tutela attiva del Patrimonio Culturale funzionale al turismo;
6. Tutela attiva del Patrimonio Ambientale funzionale al turismo;
7. Tutela attiva delle Identità delle destinazioni;
8. Diminuzione e ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse naturali con particolare rif. all'Acqua;
9. Diminuzione e ottimizzazione dei consumi di Energia;
10. Diminuzione e gestione dei Rifiuti.

L'Omt appoggia le modalità di sviluppo del turismo sostenibile in Europa. Una delle inchieste condotte proprio in Europa, riguardava la richiesta degli obiettivi di sostenibilità come strategia adottata nella gestione del turismo: il 40% dei paesi hanno incluso obiettivi di sostenibilità usando degli indicatori di misurazione di sostenibilità del turismo, ovvero quei dati che permettono di essere a conoscenza dell'afflusso turistico e della situazione dei lavoratori addetti al settore.

È fondamentale passare da quelle che sono meramente teorie, alla loro concreta applicazione. Un esempio di soluzione potrebbe essere un sistema di misure che prevedano, tra le altre cose, sviluppo di progetti pilota, creazione di networking tra esperti e destinazioni, utilizzo del web per far conoscere ogni tipo di iniziativa.

Luigi Cabrini passa ad introdurre l'argomento sul cambio climatico che avrà un impatto decisivo sul territorio, sulle risorse e conseguentemente sul turismo. Anche in Toscana si sono fatti sentire gli impatti climatici dovuti alla riduzione dell'innevamento durante l'anno; se vediamo l'Europa del Nord, ci saranno estati più calde, inverni più caldi, riduzione della biodiversità, aumento delle malattie infettive. Una situazione simile a quella dei paesi del nord si avrà nel Mediterraneo.

Nel settore del turismo la capacità di adattamento è alta, ma quella del clima è una sfida nuova che richiede risposte nuove.

Secondo uno studio presentato alla conferenza di Avos e a Londra alla riunione ministeriale, il turismo contribuisce col 5% alle emissioni di carbonio; in altre parole, se il turismo fosse un paese, nella graduatoria di produttori di anidride carbonica, sarebbe tra i primi posti insieme agli Stati Uniti.

Come può allora il settore del turismo contribuire alla mitigazione? Per esempio con il cambiamento dei mezzi di trasporto, usando treno e autobus, invece di automobile e aereo; migliorando l'efficienza

energetica; scegliendo destinazioni più vicine.

L'Omt già nel 2003 aveva organizzato una conferenza su cambio climatico e turismo, altre sul solito tema le avremo a Bali e Cartagena. A dicembre ci sarà anche una conferenza durante la quale si auspica verrà rinnovato il compromesso del protocollo di Kyoto, nell'ambito dell'anno del "Development goals", ovvero gli obiettivi che consistono nella riduzione della povertà e dello sviluppo delle Nazioni Unite.

GIOVANNA DE GRASSI - *Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri*

Sottolinea l'importanza della qualità professionale delle persone che lavorano nel settore del turismo, dove si richiede molto spesso un rapporto interpersonale tra l'ospitante e l'ospitato.

GABRIELE GUGLIELMI - *ETLC Sindacato Europeo – Comitato sul turismo*

Ringrazia l'assessore Paolo Cocchi, il dottor Bongini e il dottor Lanniello dell'Unità Turismo, che ha dimostrato una sensibilità notevole rispetto ai temi della sostenibilità nel suo complesso. La parte che riguarda i diritti dei lavoratori nel settore turistico ha trovato in lui e nella Toscana dei pilastri importanti.

Con oltre 9 milioni di lavoratori iscritti, l'Atls di cui il dottor Guglielmi è rappresentante, è una voce a livello mondiale che parla in rappresentanza dei lavoratori negli alberghi, di quelli nella ristorazione, degli agenti di viaggio, dei tour operator, dei parchi divertimento.

Il punto di vista del dottor Guglielmi parte da un'indicazione che riguarda l'intera filiera del settore: da quando il turista parte a quando fa ritorno a casa. Un approccio che aiuta a leggere in modo migliore la realtà che ci circonda.

Il turismo è un settore ampio, la piattaforma sindacale dell'Atls serve a rappresentare i diversi settori; in Germania per esempio la ristorazione e gli alberghi rappresentano il 60% del settore. Ma pensare che il turismo sia solo alberghi e ristorazione è sbagliato. In Italia i dati sono al di sotto di quelli tedeschi; in Brasile l'accomodation e il food rappresentano meno del 50% del turismo in generale. Il turismo non è solo servizio ma è anche prodotti, non solo alimentari. Parlando di turismo si includono quindi turisti, lavoratori, servizi, prodotti.

Guglielmi poi si sofferma su due temi introdotti dall'Agenda del forum di Algarve che riguardano l'aspetto sindacale, proponendo quanto segue:

- avvalersi dei lavori degli osservatori esistenti e di quelli nuovi;
- sostenere la mobilità in Europa attraverso la promozione delle formazioni e del collocamento transazionale.

In Italia c'è l'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo che è uno strumento creato con il contratto nazionale di settore, formato dalle associazioni di lavoratori di tutti i settori del turismo e dalle organizzazioni sindacali. Quest'anno sull'Osservatorio dell'Atls che pubblica i dati sull'occupazione in Italia, è stato dato particolare risalto all'anno europeo delle pari opportunità, che l'Omt ha dedicato all'ingresso delle donne nel settore del turismo. Le donne sono presenti con il 55% nel settore dell'accoglienza, con il 76% nelle agenzie di viaggio.

Anche nelle regioni italiane, l'occupazione femminile non è spalmata in modo equilibrato. Abbiamo un'altissima presenza di donne nelle regioni del nord, in particolare nell'arco alpino, nelle regioni del sud invece la presenza femminile è molto al di sotto del 50%.

Altro fattore determinante che incide sulle dinamiche del turismo è la stagionalità; un dato Inps del 2004 dice che nel periodo gennaio-luglio l'Emilia Romagna è quella che ha la maggior incidenza di lavoratori stagionali. In valle d'Aosta a gennaio e a luglio il numero degli stagionali è il medesimo, perché c'è la doppia stagionalità. Un altro dato spagnolo riporta che, solo nel settore degli alberghi, gli stranieri extracomunitari sono il 24,4%.

Nel 2006, all'interno del dialogo sociale di settore, è stato avviato un progetto che è quello di avere a disposizione un passaporto di competenze. Presa coscienza che la mobilità in questo settore è assai ampia, si deve fare in modo che la professionalità venga comunque riconosciuta.

In condizioni di stagionalità come quelle appena illustrate, trattenere i talenti ma anche i lavoratori è estremamente difficile. È importante creare le condizioni necessarie: formazione e capacità di erogazione

del servizio a partire dalle persone con bisogni speciali.

È fondamentale che gli obiettivi di Euromeeting abbiano come scopo principale quello di rendere il turismo "industria della gente", che si fondi sullo spirito collaborativo, sulla qualità del lavoro e sul dialogo sociale.

Il dottor Guglielmi in conclusione introduce un altro argomento che riguarda la distribuzione delle risorse.

Uno degli elementi che viene proposto in questa edizione di Euromeeting è quello di garantire un'equa distribuzione della ricchezza tra le popolazioni delle destinazioni turistiche. Questo è l'obiettivo al quale tutti devono attenersi. Ci sono paesi in cui il livello delle leggi a tutela del lavoratore è bassa e la forza del sindacato minore. Infine, sempre allo scopo di assicurare equità, si devono utilizzare degli indicatori che siano ugualmente validi per tutte le regioni europee.

GIOVANNA DE GRASSI - *Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri*

La dottoressa De Grassi introduce l'intervento di Paolo Petrucci, sottolineando quanto sia importante analizzare il turismo dal punto di vista della domanda, con occhio di riguardo a chi rappresenta la domanda anche con esigenze speciali.

PAOLO PETRUCCI - *Ente Nazionale Sordi*

Il dottor Paolo Petrucci, presidente dell'Ente Nazionale dei Sordi, interviene presentando agli altri presenti il problema dei sordi di fronte all'offerta del turismo. Molto spesso queste persone soffrono di mancanza di adeguati servizi per la loro condizione e da parte delle istituzioni dovrebbe esserci maggiore attenzione al problema.

Il turismo e i soggetti portatori di handicap, come i sordi o i ciechi, viaggiano purtroppo su due binari diversi. Infatti se da una parte è molto forte la voglia di scoprire arte, musei, gallerie, siti archeologici e paesi stranieri, dall'altra c'è la difficoltà oggettiva della comunicazione. Nel caso di una visita guidata, i sordi sentono la mancanza dell'interprete. Paolo Petrucci fa presente che nelle agenzie dovrebbe essere fornito il servizio di interpretariato anche per i sordi, ma tale prestazione non viene assolutamente contemplata e fornita. Dovrebbe essere trovata una soluzione a livello europeo anche per i sordi nello sviluppo del turismo sostenibile.

GIOVANNA DE GRASSI - *Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo del Governo Italiano*

Ricorda quanto sia importante nell'ambito della sostenibilità, tenere conto di tutte le esigenze: le persone che esprimono bisogni speciali infatti sono decine di milioni; molti di loro non riescono a svolgere l'attività turistica. Ringrazia quindi Paolo Petrucci per il suo intervento.



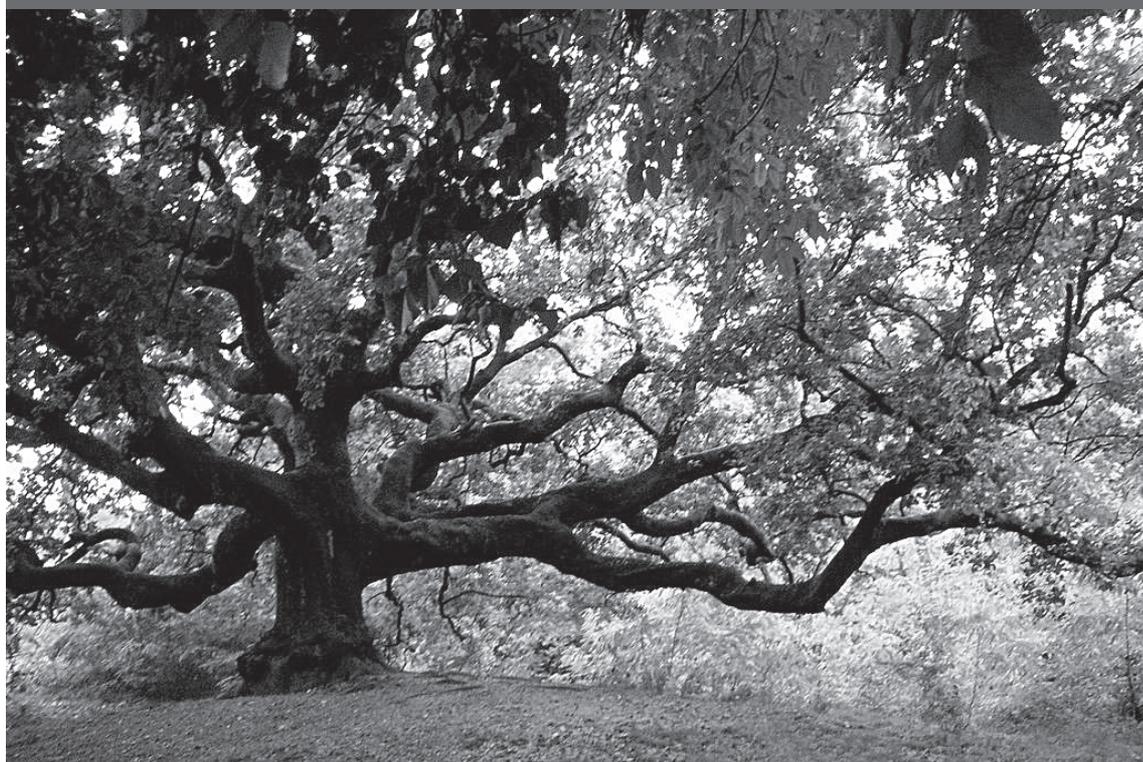
Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile



venerdì 16 novembre



II SESSIONE

destinazione Europa, destinazione cultura

FRANCESCO IANNIELLO - *Capo Unità Turismo, CE*

Introduce il tema della seconda sessione: DESTINAZIONE EUROPA, DESTINAZIONE CULTURA. Invita tutti i partecipanti a incentrare gli interventi su proposte concrete in fatto di turismo sostenibile.

MARUJA GUTIERREZ DIAZ - *Capo Unità, Innovazione e politiche di Lisbona DG EAC, EC*

Attraverso l'Unità Turismo della Commissione Europea, presieduta dal Sig. Ianniello, si stanno svolgendo dei lavori molto interessanti fra i quali un progetto molto importante e innovativo che con l'aiuto degli attori coinvolti – amministrazioni pubbliche, aziende private e cittadinanza – potrà portare a notevoli miglioramenti nel turismo.

Negli ultimi dieci anni le nostre destinazioni turistiche stanno elaborando dei piani di rilevamento e di controllo della qualità, e le aziende del settore privato stanno affrontando molto bene le lamentele e i consigli dei clienti. Il risultato è che negli ultimi dieci anni l'offerta della qualità turistica ha ridotto i punti deboli del 18-20%, e per esempio, oggi le Isole Baleari dispongono di 40.000 posti sostenibili.

La destinazione in sé continua tuttavia a sollevare dei problemi. In questi dieci anni, in cui stiamo analizzando gli impatti ambientali e di sostenibilità nelle destinazioni, ci siamo resi conto che i miglioramenti erano ancora troppo scarsi. Per esempio, oggi abbiamo 50 punti deboli che vanno dalle risorse turistiche alla struttura territoriale, dalla pressione demografica al consumo energetico, ecc.

Non è ora di occuparci di cose pratiche, semplici ed efficaci come, ad esempio, consegnare un questionario di gradimento ai clienti di un albergo? Non è ora di chiedere alla gente cosa le piace in una destinazione oppure non è ora di coinvolgere il cittadino e le amministrazioni pubbliche? Se non ci abituiamo a lavorare nelle destinazioni pubbliche con la stessa mentalità delle imprese private, probabilmente ci metteremo altri quindici anni per far fronte alle nuove sfide del turismo nonostante il fatto che l'approvazione dell'Agenda 21 di Rio risalga al 1992.

JOHN WINTON - *ECTN Rete Europea Turismo Culturale*

È impossibile parlare del turismo culturale senza occuparsi di sostenibilità. La mia attività è legata soprattutto all'istruzione superiore e permanente, e sono stato coinvolto nella partnership del turismo culturale in Galles e in tutt'Europa.

Non vi è dubbio che il turismo culturale sia un motore economico e sociale. Fornirò un quadro panoramico del perché il turismo culturale è così importante per l'Europa, perché occorre una rete, rete che oggi ETCN ha raggiunto, e il suo potenziale ruolo futuro.

Il turismo è un grande business per l'Europa, meta numero 1 dei flussi turistici internazionali. È la principale fonte di occupazione e, secondo una stima, produce qualcosa come 12 milioni di sterline. Il turismo culturale è uno dei settori in più rapida crescita. Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, il 37% di tutti i viaggi presenta un elemento culturale. Un'indagine sui visitatori stranieri in Galles nel 2000 ha rilevato che l'85% di essi aveva visitato un sito culturale. Una recente ricerca pubblicata nell'edizione 2000 di *Tourism*, la rivista della Tourism Society britannica, ha confermato che monumenti e cultura forniscono oggi i maggiori introiti per la Gran Bretagna. Il trend socio-economico è favorevole alla crescita del turismo culturale anche in futuro. Abbiamo una popolazione anziana sempre più ricca, con un elevato grado di istruzione e con il desiderio di impegnarsi in una formazione permanente.

Il turismo culturale, tuttavia, ha le sue radici nel paese. Mentre il turismo dipende dalla cultura, la cultura di un paese va avanti anche senza turisti, e noi dobbiamo cogliere questo aspetto. La ricerca ci dice che i visitatori cercano esperienze autentiche che coinvolgano la popolazione indigena e la cultura locale. L'Europa possiede 300 degli 812 siti definiti patrimonio dell'umanità. La crescita del mercato per il turismo europeo verrà probabilmente dalla Cina, dall'India e dalle nazioni del Pacifico. Certamente il turismo culturale contribuisce all'aumento e al miglioramento dei posti di lavoro, portando al lavoro un numero crescente di donne e di anziani oltre i 55 anni, creando una manodopera flessibile in possesso di un elevato grado di istruzione e di migliori capacità. Per sua stessa natura il turismo culturale aumenta la comprensione tra nazioni e culture. Lo scorso anno qualcuno descrisse il turismo come l'opposto della guerra: in guerra si va in un paese per impossessarsene, con il turismo si permette al paese di impossessarsi di noi. La formazione permanente dovrebbe iniziare nella comunità locale. Una maggiore conoscenza della propria cultura porta a una maggiore apertura verso gli altri. Abbiamo visto questo recentemente con l'emergere di stati più piccoli da sotto l'ombra di un vicino più grande: ne sono esempi

i Balcani, gli Stati baltici e la devolution in Gran Bretagna.

Le sfide per il turismo culturale comprendono la gestione delle mete e dei siti, la salvaguardia delle risorse culturali dagli impatti negativi del turismo, il potenziamento della cultura indigena e la lotta contro gli effetti della globalizzazione. Recentemente in Galles ho visto un bus turistico con una guida che non capiva la natura e la cultura del luogo, ma usava informazioni ottenute da Internet o da guide e terminava fornendo un pastiche di quella che era la località! Per la sostenibilità è essenziale che noi coinvolgiamo la popolazione locale e garantiamo che la quantità maggiore possibile della ricchezza generata dal turismo culturale vada ad aiutare a conservare il patrimonio culturale e a sostenere la cultura attuale e contemporanea, garantendo che ne tragga beneficio la popolazione locale e non le multinazionali. Anche questa è una grossa sfida per le nazioni emergenti.

La Rete europea del turismo culturale è l'unica che mette insieme professionisti del settore del turismo e dell'industria culturale, i quali condividono e sviluppano esperienze, competenze e prassi ottimali. È l'unica rete preparata ad affrontare l'intero spettro del turismo culturale, lavorando con operatori privati, con il settore pubblico e anche col settore del volontariato. È stata lanciata a Bruxelles nel 2003 per facilitare il lavoro transnazionale, per migliorare la collaborazione e l'integrazione fra turismo e settori culturali, per sviluppare posizioni comuni nelle consultazioni UE e per collegarsi con altre reti.

Progressi fino a questo momento: si è tenuta una conferenza ogni anno (Barcellona nel 2004, Cardiff nel 2005, Göteborg nel 2006).

La dichiarazione di Cardiff affermava che il turismo culturale dovrebbe essere fondato su qualità e autenticità. In una nazione industriale come il Galles esiste il pericolo di concentrarsi su tutto ciò che è avvenuto a partire dalla rivoluzione industriale, mentre il Galles esisteva anche prima del 1860. Il turismo culturale dovrebbe basarsi su una migliore comprensione delle esigenze dei visitatori, offrendo un'esperienza complessiva e autentica di qualità. Le mete turistiche culturali dovrebbero essere sviluppate solo con il coinvolgimento diretto e il sostegno delle comunità ospite e con la collaborazione fra tutti i soggetti interessati.

La Dichiarazione di Göteborg reiterava molte delle cose dette sopra:

- coinvolgimento della comunità locale;
- necessità di elevare il profilo del turismo culturale;
- necessità, per gli accademici e i pratici, di lavorare a stretto contatto e necessità di mettere insieme le persone che in modi diversi fanno ricerca sullo stesso argomento;
- necessità di incoraggiare coloro che operano nel settore del turismo culturale ad imparare cose relative alla comunità locale da un'esperienza diretta;
- esigenza di una stretta collaborazione tra politici, pratici e accademici per sviluppare efficacemente il turismo culturale, il sistema dei trasporti e il sistema di pianificazione;
- approvvigionamento di materiali per costruire luoghi - recentemente sono stato in un albergo inglese dove quasi tutte le risorse provenivano dagli Emirati Arabi Uniti, niente era del posto - quegli strumenti possono essere usati per garantire che la cultura e l'economia di una regione vengano incoraggiati a crescere;
- sottolineare il ruolo vitale del turismo culturale nel promuovere la pace e la comprensione tra le culture.

Finora l'ECTN ha contribuito alla rete e allo studio dell'Unità Turismo, Direzione Generale Impresa, e, nel 2005, è stata fatta una presentazione alla presidenza del Lussemburgo in occasione della Conferenza sul turismo culturale, e la presidenza britannica ci ha chiesto di portare avanti la dichiarazione sul turismo culturale.

La seconda conferenza annuale, tenutasi a Cardiff, alla quale erano presenti 140 delegati, si è svolta nel quadro della presidenza britannica. Nel novembre 2006 la conferenza di Göteborg ha visto la presenza di oltre 200 delegati ed è stato presentato un rapporto sulla prassi migliore nello sviluppo del turismo culturale. Seminari si sono tenuti anche in Italia, Spagna, Ungheria e Finlandia su temi quali cultura creativa, patrimonio industriale, gastronomia e lingue minoritarie.

Abbiamo collegamenti con altre reti: European Roots of Industrial Heritage, Commissione del Mare

del Nord, European Youth Hostel Association, Atlas, Association for Higher Education Lecturers and Teachers in Tourism ed Europa Nostra.

Noi continuiamo ad elevare il profilo del turismo culturale, in particolare la sostenibilità, migliorando la base documentale mediante progetti di ricerca transnazionali e sviluppando strumenti pratici per migliorare la sua gestione, il suo sviluppo e la sua promozione. Stiamo esplorando le potenzialità di un sistema di gestione delle destinazioni basato sull'approccio integrato della gestione della qualità, utilizzando tecniche di benchmark. Non esiste alcun dubbio che, se vogliamo essere competitivi, dobbiamo garantire che ciò significhi migliorare la qualità e non "metterla a tacere": la qualità è ciò che i visitatori chiedono ed esigono, e noi dovremmo garantirla a tutti i livelli. Come risultato del crescente movimento di lavoratori tra i vari paesi, dobbiamo sviluppare e promuovere la cultura indigena locale. Come confrontarci con lavoratori che arrivano da altri paesi, occupano ruoli vitali nella nostra industria turistica e che sono là solo per breve tempo?

In futuro l'ECTN avrà un Comitato centrale di coordinamento, un Gruppo Ricerca che lavorerà con altri istituti di insegnamento superiore, condividendo la ricerca con il personale, con gli studenti e con gli uffici turistici operanti in quelle zone. Avrà inoltre un Gruppo Pratici formato da manager del turismo, fornitori di servizi culturali e operatori del marketing. Tutto questo si inserisce molto bene nell'Agenda 21, che sarà coordinata dal Gruppo Politica, che utilizzerà la ricerca e l'esperienza degli altri due gruppi per migliorare il profilo del turismo culturale, influenzare l'agenda politica e rispondere alle richieste di consulenza delle istituzioni europee.

In futuro l'ECTN sarà un'associazione. Per maggiori informazioni consultare il nostro sito web.

Infine, siete invitati alla nostra quarta Conferenza annuale sullo sviluppo dell'eccellenza nelle mete culturali, che si terrà la prossima settimana a Barcellona.

Domanda:

Ci fa piacere sentire queste informazioni fornite da ECTN, ma oggi ci incontriamo per creare una rete di regioni che desiderano applicare i criteri della sostenibilità. Come può la vostra rete aiutarci in questo compito molto importante?

Risposta:

La Conferenza di Barcellona della prossima settimana si occuperà della questione della sostenibilità, e uno dei motivi per cui siamo stati invitati era quello di ascoltare che cosa si dice su questo, in modo che la questione potesse essere collocata al primo posto dell'ordine del giorno. Per quanto riguarda l'aiuto pratico, occorreranno ulteriori riflessioni e valutazioni.

MAURIZIO DAVOLIO - *AITR Associazione Italiana Turismo Responsabile*

Prendendo spunto dall'invito del dottor Ianniello, Maurizio Davolio propone il modello dell'Omt, l'unica rete ad avere al suo interno un aggregato di affiliati di natura privata. Questa potrebbe essere una via risolutiva: una rete pubblica, fatta da soggetti di natura collaborativa come regioni, sindacati, associazioni culturali che cooperino per obiettivi comuni e condivisi.

L'Omt funziona ottimamente e si potrebbe replicare in un contesto europeo. Anche l'AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile) sta costituendo una rete europea sul turismo responsabile: si chiamerà EARTH (European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality). Earth avrà obiettivi di rappresentanza delle organizzazioni impegnate nel turismo responsabile, di interlocuzione con le istituzioni comunitarie, di ricerca e studi, di attività di sensibilizzazione dei turisti al rispetto di principi etici, di dialogo con l'industria turistica tradizionale, di educazione nel mondo dell'università e della scuola. Avrà anche rapporti di collaborazione con altre reti, al fine di costituire una piattaforma di collaborazione internazionale.

Ci sono già moltissime adesioni, essa sarà disponibile a collaborare con gli enti pubblici delle istituzioni. All'interno dell'associazione esistono varie idealità: quella cattolica, quella ambientalista, quella laica di sinistra.

Davolio ricorda l'istituto Iclei, che si pone come obiettivo il riconoscimento della centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista. L'Iclei conduce quattro progetti base in quattro paesi diversi con la collaborazione diretta di Aitr. A partire dalla fine degli anni '90 è cresciuta l'attenzione ai problemi del sud del mondo, perché la base operativa è fatta da Ong e piccoli tour operator specializzati in questo tipo di turismo. C'è il convincimento che col tempo i principi e le regole

del turismo responsabile saranno applicabili in qualunque contesto di un paese a economia sviluppata come quella italiana (il riferimento è ai paesi europei che si affacciano adesso alle innovazioni in campo turistico).

Il valore della centralità della popolazione locale: deve essere questo il senso del turismo. La cultura non è solo costituita dal patrimonio artistico, storico, monumentale; essa è anche storia, tradizione, identità di un popolo nel suo stile di vita, è la capacità di condividere con gli altri i propri valori. Tutto ciò, nel suo insieme, costituisce la vera cultura.

L'Omt sta creando piccole comunità in Italia con l'intenzione di dare un'ospitalità molto più ricca e profonda, basata sul rapporto interpersonale. Ci sono importanti alleati per questo percorso; per esempio le proloco e i comuni hanno un ruolo importante.

FRANCESCO IANNIELLO - *Capo Unità Turismo, CE*

Porta l'esempio di Girona, in Catalogna, per parlare di validi progetti messi in atto in materia di turismo sostenibile. Sottolinea infine la ricchezza dei paesi dell'Unione Europea, la quale consiste, prima di tutto, nella diversità delle varie identità degli stati membri.

OSSIAN STIERNSTRAND - *CEEP Centro Europeo delle Imprese a Partecipazione Pubblica e per lo sviluppo economico*

Io rappresento il CEEP, che è uno dei tre partner sociali riconosciuti dalla Commissione Europea. Noi rappresentiamo le imprese e le associazioni dei datori di lavoro a partecipazione pubblica, specialmente a livello locale e regionale, e le imprese di interesse economico generale, qualunque sia la loro proprietà legale. Abbiamo organizzato una piattaforma turistica all'interno del CEEP, una commissione, e abbiamo rappresentanti provenienti dal CEEP nazionale. Io rappresento la KFS, l'associazione svedese degli enti e delle società governative pubbliche locali. Ci incontriamo cinque o sei volte all'anno a Bruxelles per vedere come possiamo scambiarci validi contributi, condividere conoscenze e passarle alle aziende locali in ciascuna nazione e regione. Il nostro obiettivo è di promuovere un turismo culturale sostenibile, scambiare esperienze e informazioni e rappresentare tutti i nostri piccoli partner locali, aziende, enti locali ecc.. Facciamo lobby sulle politiche UE relative al turismo.

Noi riteniamo che le partnership pubblico-privato dovrebbero essere migliorate. All'interno della piattaforma turistica cerchiamo di creare opinioni comuni con partner diversi e altre reti europee, per rafforzare le nostre politiche. Questo comporta inviti e partecipazione a vari eventi. Chiunque può essere membro di questa rete, ma deve essere nominato da un membro del CEEP.

Noi rappresentiamo molte piccole aziende e organizzazioni locali. Sosteniamo pienamente questa rete regionale e potremmo essere in grado di aiutare le regioni a mettersi in contatto con piccoli fornitori locali.

MARCO SALA - *Direttore Centro Interuniversitario Abita*

Dopo aver ringraziato il dottor Ianniello, l'assessore Paolo Cocchi e la regione Toscana, Marco Sala introduce il tema della sostenibilità legato ai problemi dello sviluppo.

La missione della politica è quella di dirimere i contrasti che possono sussistere tra obiettivi e politiche diverse. Il centro Abita, spiega Marco Sala, è un sistema universitario che raggruppa docenti prevalentemente di facoltà di architettura di otto atenei italiani con direzione a Firenze. È un istituto che opera sui temi della didattica e della ricerca nel campo della sostenibilità e dell'uso delle energie rinnovabili.

Il turismo è tipicamente rischioso per lo stravolgimento del contesto locale se non viene ben governato. Dove c'è presenza di turismo è indispensabile che ci sia anche la presenza di determinati strumenti, i quali, se gestiti in modo ottimale, possono portare a un incremento dello sviluppo. Il turismo incide sul territorio dal punto di vista degli aspetti fisici, culturali e sociali. Il centro Abita ha 15 anni, si occupa di questi aspetti sia a livello europeo che a livello regionale. Per esempio è stato seguito il progetto dell'ospedale Meyer, e sono seguiti tutti i progetti atti a migliorare le condizioni di vita e il rispetto per l'ambiente. L'obiettivo di Abita, conclude Marco Sala, è anche quello di trasferire tecnologie e metodi in altri paesi del sud del mondo, come Perù e Amazzonia, e potenziare così l'interesse turistico tramite la creazione di piccole unità ricettive locali all'interno di una rete strutturata.

TOMAS OLSSON - *CRPM Gruppo sul Turismo Sostenibile*

Vengo da Göteborg, dove l'agenda per la sostenibilità è stata istituita sei anni fa dall'Unione Europea con un particolare accento sulla crescita sociale, economica ed ambientale.

Oggi presentiamo la CPMR (Conferenza per le Regioni Marittime Periferiche), istituita nel 1973 per garantire un maggior coinvolgimento delle regioni nell'integrazione nord-europea, alla luce delle disparità nel grado di competitività tra Europa centrale e sue periferie e dell'insufficiente potenziamento della dimensione marittima dell'Europa. All'interno di questa organizzazione vi sono molte regioni turistiche forti, e ciò potrebbe offrire un'ottima base per esperimenti e discussioni su come accrescere la sostenibilità. Lo scopo è di influenzare l'agenda europea per conto delle regioni e talvolta lavorare contro e tramite gli stati membri. Noi cerchiamo di fare lobby con la Commissione europea, con il Parlamento, con il Consiglio e con le regioni. Intendiamo potenziare la dimensione marittima e sfruttare i vantaggi derivanti dalla vicinanza ai cittadini europei.

La politica regionale si incentra sulla promozione della competitività dei bacini marittimi, allo scopo di compensare lo svantaggio costituito dalla lontananza rispetto all'Europa centrale.

Il mare è per noi il fattore principale, e la minaccia costituita dai cambiamenti climatici sottolinea l'esigenza, per queste regioni, di operare in modo sostenibile.

Occorre trovare un ruolo per le regioni in una futura politica marittima integrata, tramite collaborazione interregionale, garantendo siti più puliti e più sicuri per le regioni costiere, promuovendo una gestione ufficiale coordinata e sostenuta dell'energia, dell'agricoltura, dello sviluppo rurale, della governance, aiutando a stabilire un efficace dialogo territoriale e un'efficace collaborazione esterna, che esprimano l'opinione delle regioni marittime di tutto il mondo.

Due anni fa abbiamo deciso di istituire uno specifico gruppo dedicato al turismo sostenibile allo scopo di creare un "campo" nuovo e forte per sviluppare il turismo sostenibile e formulare raccomandazioni precise e accurate per il sistema UE.

La gestione del gruppo è condivisa congiuntamente dalla mia regione e dalla Sicilia, il che è una forma interessante di governance e un modo per condividere esperienze tra Nord e Sud.

Ritengo che la CPMR sarà interessata a partecipare a questa rete a livello UE.

Grazie agli altri oratori per il loro contributo alla costituzione di questa rete. Possiamo aprire il dibattito in modo che possiate porre domande agli oratori presenti; cercheremo di rispondere a vostre eventuali domande.

TOMAS OLSSON - *CRPM Gruppo sul Turismo Sostenibile*

Gli strumenti sono sostanzialmente le reti nazionali, per cui quando ci incontriamo a Bruxelles la nostra attenzione verte soprattutto sulla condivisione delle conoscenze e delle prassi migliori. Organizziamo conferenze nazionali e locali. Teniamo un meeting nazionale più piccolo in Svezia, al quale invitiamo molte aziende e regioni svedesi. Presentiamo i migliori esempi provenienti da altri paesi europei e spieghiamo che cosa hanno fatto. Facciamo questo anche a livello regionale per vedere se esistono buone prassi che potrebbero essere attuate. L'unico strumento che abbiamo è costituito dalla conoscenza e da persone impegnate che cercano di comunicare e diffondere le loro esperienze più valide.

Parlando di politica UE, un esempio è costituito dal ruolo e dai problemi relativi all'acqua. In Scandinavia, per esempio, abbiamo un surplus di acqua, mentre la Spagna ne ha poca. Possiamo studiare il problema e vedere come aiutarci reciprocamente. Il dialogo, quindi, è importante, ma alla fine gli attori locali devono trovare i modi per trasformare queste conoscenze in azioni. Non è facile, ma è possibile.

(Rappresentante della Regione Provenza Alpi Costa Azzurra)

Una domanda per Ossian Stiernstrand:

Qual è il vostro ruolo nella sensibilizzazione delle imprese? Riguardo a questo ruolo e alle attese che esso suscita, quali sono gli strumenti concreti per un'azione di sensibilizzazione efficace, in grado di rispondere ai loro bisogni? Che cosa sapete dei loro bisogni per poterli integrare e ricondurre entro queste logiche a fianco delle collettività che rappresentiamo?

TOMAS OLSSON - *CRPM Gruppo sul Turismo Sostenibile*

La risposta alla prima domanda è assolutamente "sì". Io rappresento il livello centrale e ritengo che quelle reti potrebbero essere organizzate a livello regionale, anche se devo parlare ai miei partner italiani, ma sono sicuro che sarebbero di aiuto in questo processo.

[D.: Se questa rete può essere definita come "buona prassi", è possibile passare quest'esperienza ad altre regioni che non sono nella rete?]

Penso che potrebbe essere stabilito facilmente. Per esempio, domani 5 o 10 regioni creeranno una rete, noi faremo del nostro meglio per creare una rete sorella a livello locale regionale, ed esse potranno incontrarsi e assicurarsi che tutti i buoni esempi siano valorizzati e che le esperienze migliori vengano attuate anche in altre regioni.

Una domanda per Tomas Olsson:

Io lavoro per la regione Aquitania, che è membro della Commissione Arco Atlantico della CRPM [Conferenza delle Regioni Periferiche Mediterranee]. Vorrei saperne di più su questo gruppo di lavoro Turismo, che, a quanto ho capito, è solo agli inizi. Qual è il suo programma di lavoro e come parteciparvi?

TOMAS OLSSON - *CRPM Gruppo sul Turismo Sostenibile*

È molto difficile dire come lavoreremo con questo gruppo. L'idea è che ogni commissione sarà rappresentata da due regioni, ma noi vogliamo una rappresentanza molto più ampia di questa. Come ho ricordato, devono essere decisioni molto rapide, che rafforzano la regione locale aiutando le persone. È importante che la tua regione ti ascolti, fornisca idee e comunichi esigenze, altrimenti potrebbe essere difficile.

Ritengo sia importante, per la sostenibilità sociale ed economica, trovare il modo di inviare più feedback agli attori; sono tantissime le ONG che lavorano senza avere il feedback giusto su ciò che stanno facendo. È veramente importante trovare un sistema per supportare enti che non sono forti come le aziende o le regioni.

SANDRO ANGIOLINI - *Life Ambiente per lo sviluppo del turismo sostenibile*

Dopo aver presentato la sua qualifica di gestore di progetti Life-Ambiente per lo sviluppo del turismo sostenibile, Sandro Angiolini pone alcuni interrogativi, uno dei quali riguarda Ecolabel, il marchio europeo chiamato anche "etichetta ecologica" o "fiore europeo", che verifica che un prodotto o servizio abbiano un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita. La diffusione di Ecolabel esiste ormai da anni; la domanda è quanto questa diffusione abbia influito in modo positivo nell'innalzare il livello di qualità del turismo. Pone ai presenti anche il problema della questione sociale legata al turismo, sia nel contesto nazionale che in quello europeo; infine ribadisce il nodo ancora irrisolto del mantenimento delle identità locali a fronte degli effetti dovuti all'irrompere dei turisti nei siti minori.

ROBERTO SALVIATO - *Coordinatore del progetto Anci Veneto*

Presenta il progetto Anci che riguarda un insieme di piccoli comuni della regione Veneto, i quali hanno proposto il loro territorio per portare avanti il progetto di turismo sostenibile. Domanda come comuni così piccoli possano però trarre giovamento dai finanziamenti europei che sono per la gran parte destinati ai grandi siti.

GIULIA DE MARZO - *Regione Puglia*

Riporta l'attenzione prevalentemente su due punti:

1. chiede maggiori delucidazioni sulla sottoscrizione del protocollo di intesa che sarà firmato a

conclusione del meeting;

2. propone l'eventuale acquisizione di una personalità giuridica per queste regioni, che garantisca la possibilità di avviare progetti pilota nell'ambito di un finanziamento comunitario.

SORINA CAPP - *Istituto Europeo degli Itinerari Culturali*

A causa di un ritardo del mio volo, non potrò parlarvi a lungo degli itinerari culturali di cui si festeggia quest'anno il ventesimo anniversario, e non posso sintetizzare vent'anni di programmi in così poco tempo. Cercherò di suscitare in voi il desiderio di scoprire questi itinerari e di illustrarvi che cos'è l'Istituto Europeo degli Itinerari Culturali.

L'idea di un programma del genere non è nuova. È nata in seno al Consiglio d'Europa qualche anno dopo la seconda guerra mondiale, per dare nuovo dinamismo alla cooperazione culturale in Europa e far lavorare insieme paesi che si erano fatti la guerra. È nata anche dall'idea che gli europei avrebbero avuto più tempo libero e che il tempo libero avrebbe dovuto puntare sul patrimonio e sulla tutela dei valori europei. E' solo dal 1987 che il programma ha iniziato a funzionare organizzando un primo itinerario culturale – il Cammino di Santiago di Compostela - divenuto ormai l'itinerario forse più conosciuto d'Europa. Questo progetto pilota, iniziato tra Francia e Spagna come progetto di cooperazione, si è poi sviluppato e comprende ormai altri cammini di pellegrinaggio che coprono tutta l'Europa con altri itinerari come la Via Francigena, prima ricordata dal Presidente Martini. Oggi i 24 itinerari di pellegrinaggio coprono un po' tutta la Grande Europa - cioè i 49 paesi membri del Consiglio d'Europa, tutti i paesi firmatari della convenzione culturale europea e altri paesi interessati da itinerari più vasti, come la Via dei Fenici (che copre il bacino mediterraneo), la Via dell'olivo (che copre il bacino mediterraneo) e l'Al-Andalus (Nordafrica, sud della Spagna e a poco a poco tutta l'Europa). Ecco ora l'estensione degli itinerari, presentati sotto forma di un piccolo film di tre minuti. Dieci anni dopo la sua nascita, il Consiglio d'Europa si è reso conto che questo programma si stava sviluppando troppo rapidamente e che non toccava a questa istituzione assumersi l'onere di un programma così vasto e complesso. È per questo motivo che nel 1997 è stato creato l'Istituto Europeo degli Itinerari Culturali che io oggi rappresento, mediante un protocollo d'intesa tra il governo del Granducato del Lussemburgo e il Consiglio d'Europa, come strumento di coordinamento di tutti gli itinerari e di tutte le reti. È anche un programma che riguarda molto i livelli regionali e locali e che mette in pratica le convenzioni e le raccomandazioni del Consiglio d'Europa, dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, dell'Unione Europea e di tutte le organizzazioni che lavorano sul turismo culturale. Questo Istituto coordina tutti questi itinerari, è il garante dello sviluppo di quelli già scelti e istruisce le nuove proposte.

Una parte importante della nostra attività consiste nella ricerca dell'impatto del turismo culturale. Un esempio: il Programma Picture, che studia l'impatto nelle piccole e medie città europee. Il turismo culturale non è molto facile da quantificare, è una realtà complessa che riguarda sia il patrimonio edilizio sia il patrimonio immateriale, il paesaggio culturale, il paesaggio umano, la qualità della vita e il dialogo interculturale, perché ogni itinerario è necessariamente transfrontaliero. I criteri di eleggibilità ad itinerario culturale sono in effetti molto rigorosi, vista la qualità richiesta.

PAOLO COCCHI - *Assessore Commercio, Turismo, Cultura Regione Toscana*

Il tema delle risorse è un tema complicato. Le politiche per il turismo non possono riguardare solo gli assessorati competenti. Prima di tutto bisogna cercare di utilizzare e concretizzare al meglio i modelli applicativi, soprattutto per le zone che presentano una pressione turistica notevole. Si deve partire dalle risorse già disponibili e fare perno su mete turistiche che non presentano profili contraddittori rispetto alla sostenibilità.

FRANCESCO IANNIELLO - *Capo Unità Turismo, CE*

Risponde agli interventi precedenti con una delucidazione sulle risorse comunitarie.
Le risorse comunitarie sono di due tipi:

- quelle che sono gestite direttamente dalla Commissione Europea a Bruxelles;
- quelle che sono gestite direttamente dagli stati membri o dalle regioni.

Per rendere i fondi europei più accessibili al turismo, l'anno prossimo saranno fatte tre conferenze in tema, di cui una a Bruxelles.

Ecolabel come progetto non ha avuto il successo sperato e l'annetto si auspica che lo avrà prossimamente.

Quanto all'Anci Veneto, che fa parte del Centro Europeo per l'Impresa a partecipazione pubblica per lo sviluppo economico, sarebbe positivo che riuscisse a raggiungere gli scopi prefissati con l'aiuto dei finanziamenti adeguati. Sulla creazione di una rete tra le regioni, l'annetto precisa che sarà rete aperta senza nessun tipo di monopolio e che tutti avranno eguale voce in capitolo; la creazione di una personalità giuridica per regione invece è ancora un traguardo illusorio. Troppi funzionari, inoltre, rischierebbero di nuocere al buon operato.

MAURIZIO DAVOLIO - *AITR Associazione Italiana Turismo Responsabile*

Ribadisce l'importanza della questione sociale legata al turismo. Deve innanzitutto passare il concetto che è la comunità a dover essere la prima beneficiaria degli effetti del turismo. Nel sud del mondo nasce spesso un tipo di impresa che ha effetti negativi sulla popolazione del posto. Non è questa la politica da adottare, perché così si distruggono le risorse disponibili già possedute.

Maurizio Davolio fa poi riferimento a un progetto finanziato dall'Ue: un consorzio che si occupi delle categorie svantaggiate del turismo e che, nel contempo, si preoccupi anche di creare più posti di lavoro. Questa esperienza è stata citata anche nel rapporto del segretario generale dell'Onu.

PAOLO COCCHI - *Assessore Commercio, Turismo, Cultura Regione Toscana*

Fa riferimento ai Pim (progetti integrati mediterranei), dentro i quali il turismo era uno dei settori più gettonati. Erano stati introdotti indicatori di risultato, indicatori di tipo procedurale, indicatori fisici.

Analizza poi il contenuto della programmazione comunitaria 2000-2006 e di quella 2007-2013. Il tema dell'ambiente nella programmazione 2000-2006 era all'ordine del giorno. Sia per imprese pubbliche che per imprese private c'era l'obbligo di inserire degli indicatori che informassero della situazione ambientale. In sostanza, sono 10 anni che vengono promossi progetti e intenzioni per un turismo sostenibile ma senza una ferma convinzione di chi li deve poi applicare. La programmazione 2007-2013 parla anch'essa di turismo sostenibile. Per esempio il concetto di ruralità (che fino a qualche tempo fa riguardava solo le imprese agricole e l'agricoltura), consente di finanziare oggi molte categorie come alberghi e liberi professionisti. Le regioni hanno i soldi per finanziare determinati progetti ma è poi nella fase operativa che nascono i problemi. Ci si deve preoccupare innanzitutto di avere idee chiare per una buona programmazione.



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile



venerdì 16 novembre



III SESSIONE

**verso una Rete Europea delle Regioni
per un turismo sostenibile e competitivo**

CLAUDIO MARTINI - *Presidente Regione Toscana*

Claudio Martini, presidente attuale della regione Toscana interviene all'Eurometing mentre in parallelo partecipa all'altro evento che si tiene a Firenze: STATI GENERALI DELLA SOSTENIBILITÀ.

Ringrazia tutti i partecipanti e le regioni che hanno deciso di partecipare e si auspica che i temi posti all'ordine del giorno siano approfonditi in modo esauriente e partecipato.

Successivamente introduce un argomento già affrontato nella precedente sessione, ovvero il cambiamento climatico.

I documenti dell'Unione Europea, quelli dell'Onu, ma anche quelli di istituti e enti di livello più basso presentano tutti al loro interno l'argomento climatico come problema prioritario da risolvere.

Tuttavia, le capacità applicative non rispettano quasi mai i propositi teorici, gli effetti di questo scarto si riflettono sulla comunità che è poco coinvolta. Questi documenti infatti passano per delle cose meramente burocratiche, mentre invece dovrebbero avere pieno riscontro negli atteggiamenti, nella fantasia degli operatori, nella cultura della popolazione.

Claudio Martini prende a riferimento due possibili vie risolutive: la prima riguarda la collaborazione e la cooperazione tra regioni per lo scambio di esperienze che possono portare a idee alternative e originali; la seconda concerne il mix dell'esercizio tra pubblico e privato, mix certamente tra i più complessi ma che può garantire un ventaglio di soluzioni maggiori per il benessere del turista.

Il presidente sottolinea poi la necessità di un'attenzione costante dei governi nazionali comunitari alle politiche dei governi locali, soprattutto per quanto riguarda la possibilità di alleanze su fronti comuni, per esempio nel Mediterraneo, di fronte a una competizione sempre più aggressiva di nuovi soggetti turistici in altri continenti.

Claudio Martini infine si augura che le regioni si impegnino a portare avanti progetti simili anche per mantenere i costi nei giusti parametri. Conclude l'intervento ringraziando e facendo i migliori auguri a tutti i partecipanti.

PAOLO BONGINI - *Regione Toscana, Dipartimento dello sviluppo economico Responsabile servizio Turismo*

Annuncia un cambio di programma rispetto alla scaletta; Malcom Bell e Nell Warren interverranno prima, i quali, per motivi di orario, devono andarsene in anticipo.

MALCON BELL - *Sud Ovest Inghilterra (Regno Unito)*

Per rispondere alla domanda di Franco sulla rete, esistono due ambiti. Uno è l'ambito della strategia e della necessità che le persone adottino strategie per incontrarsi e parlare, ma ciò risulta inutile se le persone non lavorano su un terreno in cui possano collegarsi in una rete.

Mi piacerebbe vedere una rete in cui le persone non solo parlano di strategia, ma sono in grado di incontrarsi per scambiare buone idee e stimolare le energie gli uni degli altri, per andare avanti e attuare questa Agenda anziché limitarsi a parlare di essa.

Vorrei darvi qualche esempio relativo alla parte sud-occidentale dell'Inghilterra, che è la meta turistica numero 1 della Gran Bretagna, con circa 26 milioni di visitatori e un fatturato turistico di 10 miliardi di euro. In Gran Bretagna abbiamo avuto progetti pilota incentrati sulle credenziali di sostenibilità (green accreditation) e abbiamo addirittura una città che sta cercando di creare, con i propri fondi, un sistema di scambio mediante baratto per attuare una reale sostenibilità e negare qualche soldo all'ufficio delle imposte!

Le autorità turistiche erano interessate alla sostenibilità, ovvero al "turismo verde", da vent'anni, ma essa ha sfondato quando abbiamo letto un rapporto che dimostrava che l'80% dei visitatori della nostra regione veniva da noi attratto dalla qualità dell'ambiente locale. La ricerca dimostrava inoltre che gli abitanti e le comunità della regione accrescevano l'esperienza del visitatore e che il visitatore, a sua volta, era in grado di aggiungere esperienze alla comunità.

Negli ultimi tre anni, tuttavia, l'attenzione si è incentrata non solo su questioni ambientali locali e comunitarie, ma anche sull'intera questione dei cambiamenti climatici globali. Non ho mai visto un argomento diventare così rapidamente da marginale a fondamentale come l'argomento dei cambiamenti climatici. Tre anni fa la nostra strategia regionale sembrava ambiziosa, ma adesso la stiamo riscrivendo perché non lo sembra abbastanza, e ciò è sorprendente. Basta guardare i mezzi di

comunicazione per vedere come si stanno muovendo le cose. Dieci anni fa coloro che erano coinvolti nel turismo verde erano definiti "abbracciatori di alberi", come diciamo in Gran Bretagna, non seri, solo amanti dell'ambiente visto come una sorta di hobby, ma nell'ultimo anno siamo diventati molto alla page, compariamo in tv, siamo candidati e riceviamo premi Nobel. Non è solo un'agenda politica: in Gran Bretagna abbiamo un'importante catena di negozi al dettaglio che ha guardato l'agenda verde e ha deciso che non volevano una gamma di prodotti verdi, volevano essere un'azienda verde. Questo ci ha fatto capire che occorre puntare a destinazioni verdi, anziché a qualche impresa verde in ciascuna meta turistica.

Analogamente, se guardiamo alla Gran Bretagna e agli Stati Uniti, nel settore fondamentale della vendita al dettaglio la gente si è avvicinata molto a comprendere che il consumatore è cambiato e cerca fornitori che consegnino un prodotto completo, con uno spostamento da un'agenda politica a un'agenda commerciale.

Esistono tuttavia ancora molti che accettano la questione, ma ci accusano di "lavaggio verde delle coscienze", di astrattezza e non di azione concreta. Tutto ciò che viene intrapreso deve quindi essere vero e avere ricadute sull'agenda. Il prodotto che tutti cercano è una vacanza al 100% esente da sensi di colpa. Non desiderano necessariamente uscire dal proprio cammino abituale o essere degli "eco-guerrieri": semplicemente non vogliono sentirsi colpevoli per essere stati in vacanza. Quello è il mercato per noi: sviluppare quel prodotto e fornirlo a chi lo richiede.

Le tre priorità della nostra strategia regionale sono state il miglioramento della qualità, la gestione delle destinazioni e il turismo sostenibile. Quando riscriveremo una strategia vi sarà un solo punto, cioè il turismo sostenibile. Prenderemo le nove sfide contenute nel rapporto del TSG e le considereremo come un unico punto all'ordine del giorno: dobbiamo fornire qualità "tutto compreso" attraverso la sostenibilità. Ciò che decide della nostra vita o della nostra morte è il principio del visitatore felice, di un'industria altamente redditizia, di una comunità che accetta e accoglie i turisti, di un ambiente che viene gestito e migliorato.

Recentemente abbiamo concluso la prima grande indagine sull'atteggiamento della collettività nei confronti del turismo. Normalmente chiediamo se le persone ritengono che il turismo sia qualcosa di buono per quella zona, e il 96% delle persone della nostra regione ritiene che lo sia. Ci sono state molte statistiche, ma alcune di esse segnalano un dato ben preciso agli uffici turistici: il 70% delle comunità della parte sud-occidentale dell'Inghilterra ritiene che il turismo abbia reso le loro zone più vive, divertenti, un posto migliore dove vivere, il 50% è stato felice di incontrare visitatori e il 20% si è mosso attivamente per socializzare con i visitatori.

NEIL WARREN - *Sud ovest Inghilterra (Regno Unito)*

Penso che dovremmo condividere sia le esperienze buone che quelle cattive, e quindi desidero essere onesto riguardo alla nostra esperienza degli ultimi due anni e mezzo-tre anni e dirvi che cosa ha funzionato e dove dobbiamo fare ancora di più.

Quando ho cominciato ad occuparmi di turismo della regione sudoccidentale due anni e mezzo fa, la strategia turistica era appena stata formulata e l'organizzazione aveva deciso di incaricare qualcuno di occuparsi specificamente di sviluppo sostenibile. All'inizio non esisteva alcun piano dettagliato, ma solo una manciata di imprese dedicate e molti partner desiderosi di essere coinvolti. Questo era insieme un vantaggio e uno svantaggio, perché molto del mio tempo veniva speso nel coordinare quei partner, ma avevamo anche molto entusiasmo. La maggior parte della gente concorda con il principio della sostenibilità, ma i problemi nascono quando si inizia ad andare nel dettaglio.

Ecco alcuni dei problemi più comuni: il primo è l'idea che le persone hanno della sostenibilità. Può essere un problema quando dicono che la sostenibilità è molto importante e non vogliono che sia qualcosa di separato, per cui dovrebbe essere trasversale ad ogni contesto. Accade allora che essa venga inserita all'inizio di un documento e poi semplicemente scompare.

Secondo, dobbiamo salvaguardare l'ambiente che attrae i visitatori. Sono così tante le sfide dell'ambiente globale che se ci limitiamo solo a parlare dell'ambiente locale perdiamo uno degli impatti maggiori del turismo e non ci rendiamo conto che è necessario affrontare questi temi. Spesso si pensa di fare cose diverse, ma bisogna dire che ciò non deve andare a scapito dell'economia. Invece non dobbiamo parlare così tanto della necessità di bilanciare quei fattori diversi, ma di come raggiungere quegli obiettivi sociali ed economici all'interno di vincoli ambientali. In questo modo noi riflettiamo la struttura dello sviluppo sostenibile nazionale, e questo è un passo avanti importante e una sfida nei termini di come ottenere questo risultato.

Dobbiamo anche evitare la situazione in cui queste attività sono "aggiuntive", cioè hanno un'agenda separata e attività separate. Esse devono essere "incorporate", ma senza scomparire. Esiste spesso il problema che le cose sono sempre responsabilità di qualcun altro. Le persone negano che il problema esista oppure dicono "non posso farci niente, la responsabilità è di qualcun altro". Una recente ricerca britannica mostra che i consumatori sono consapevoli di queste problematiche, ma ritengono di avere una piccola responsabilità o una scarsa capacità di cambiare le cose. Occorre modificare questa situazione in modo che le persone sentano di poter fare qualcosa in merito a queste grandi tematiche. E' pericoloso credere che un'unica soluzione possa andar bene per tutto. Per fare questo lavoro occorre una serie di soluzioni e attività diverse.

Infine, una cosa che è emersa chiaramente in quest'ultimo anno è il problema della scarsa comunicazione tra imprese turistiche e visitatori. Le imprese si preoccupano di "gridare" ai loro visitatori e di conseguenza non dicono niente, perdendo l'opportunità di spiegare che cosa stanno facendo e coinvolgere così i visitatori.

Abbiamo cercato di migliorare le cose lavorando su tre principi. Prima di tutto, queste problematiche devono essere inserite nell'agenda, non devono costituire un'agenda separata: si parla di qualità, efficienza e competitività. Devono essere "incorporate" e non "aggiuntive". Come organizzazione turistica regionale, noi abbiamo vari ruoli: non possiamo lavorare da soli, abbiamo molti partner e dobbiamo coordinare il lavoro. Possiamo puntare su iniziative specifiche, ma dobbiamo anche verificare quale sia stato l'impatto. Stiamo cercando di coinvolgere quattro tipi di pubblico: industria, visitatori, decisori e destinazioni. Occorre trovare un modo diverso per lavorare con ciascun tipo di pubblico. Ma, prima di questo, dobbiamo fare questo noi stessi come organizzazione, per cui stiamo cercando come poter prendere questi principi e coinvolgere il nostro personale. Abbiamo iniziato col nostro consiglio di amministrazione, ed è venuto a parlare da noi uno dei principali esperti di sviluppo sostenibile in Gran Bretagna, Jonathan Porritt. Abbiamo promosso altre iniziative per coinvolgere il personale, un'esposizione di auto ecologiche, per un giorno abbiamo usato un solo cestino in modo che le persone si interessassero al riciclaggio. Abbiamo anche esaminato le nostre scelte di viaggio. Siamo rimasti sorpresi e scioccati dalla quantità di viaggi generati dalla nostra organizzazione. Occorre quindi partire esaminando noi stessi e quello che stiamo facendo.

Uno dei problemi principali per le imprese con cui lavoriamo è che sono molto piccole, hanno poco tempo a disposizione e la questione è così vasta che si sentono scoraggiati. Noi cerchiamo di focalizzarci su una sola tematica per anno: il primo anno è stata l'energia, quest'anno l'acqua, l'anno prossimo saranno i rifiuti. Cerchiamo di trovare modi semplici per aiutare le imprese. Una cosa che abbiamo fatto è stata dei cartoncini che potevano mettere nelle camere con messaggi relativi allo spegnimento delle luci, al non lasciare le luci accese quando si esce. I messaggi sono stati presentati in modo molto positivo e ricco di humour. È stato un vero successo e ora 35.000 di questi bigliettini vengono utilizzati dalle strutture turistiche nell'Inghilterra sud-occidentale. Abbiamo anche cercato di integrare la sostenibilità in cose alle quali tali strutture già partecipano, ad esempio i nostri concorsi annuali - miglior hotel, migliore bed & breakfast - nei quali la sostenibilità è stato uno dei criteri decisivi. Esistono poi standard di qualità nazionali, la nostra classificazione a stelle - stiamo lavorando con l'organizzazione nazionale per fare della sostenibilità uno dei criteri di valutazione.

Abbiamo anche cercato di includere la sostenibilità nei corsi di formazione per l'assistenza ai clienti come modo per presentare l'argomento alla gente. L'anno scorso 300 strutture turistiche hanno partecipato a seminari sulla sostenibilità, ma oltre 3000 persone hanno partecipato a corsi di formazione caratterizzati da messaggi sulla sostenibilità. Continuiamo a cercare come incrementare il numero delle aziende turistiche cui rivolgerci. Usiamo dépliant pubblicitari, DVD ecc.

Stiamo lavorando bene, ma è ancora una piccola parte dell'industria turistica complessiva. Non dobbiamo puntare su consumatori di nicchia che cercano una vacanza ecologica, ma portare il messaggio di una vacanza "senza sensi di colpa" ad un pubblico più vasto.

Abbiamo anche una campagna rivolta alla consapevolezza del visitatore, incentrata su tre temi: incoraggiare le persone a comprare cibo, bevande e souvenir locali; suggerire loro di esplorare la zona senza usare l'auto; promuovere le aziende che prendono parte ai progetti delle credenziali di sostenibilità tramite manifesti, adesivi e giochi per bambini.

Lavoriamo anche con organizzazioni turistiche a livello subregionale. Cerchiamo di garantire che via via che queste si sviluppano, la sostenibilità venga integrata in esse fin dal principio.

Spesso dimentichiamo che non possiamo affrontare certe tematiche da soli e che abbiamo bisogno di influenzare chi sta sopra di noi. Per esempio, dobbiamo lavorare con i politici responsabili dei piani relativi ai trasporti e alla gestione dei rifiuti, che sono esterni al settore del turismo ma influiscono su di esso. Noi monitoriamo che cosa stanno facendo, inseriamo nei nostri questionari per i turisti domande

specifiche e cerchiamo di conoscere qual è l'impatto dei turisti sul nostro territorio in termini di consumo di energia per un pernottamento medio, in modo da poter migliorare i nostri interventi.

L'intesa non sempre è pari alla comprensione e all'azione. Anche se le singole iniziative sono utili, richiedono molto tempo. Anche le credenziali di sostenibilità sono molto importanti. Abbiamo scoperto che inserire la sostenibilità nelle iniziative imprenditoriali esistenti incrementa al massimo la partecipazione.

Forse il cambiamento più grande è stata la necessità di procedere con maggiore velocità su queste tematiche. In passato abbiamo potuto procedere con i tempi che volevamo, ma non vinceremo mai la sfida dei cambiamenti climatici se ci comportano così adesso. Occorre coinvolgere la maggioranza e non la minoranza dei visitatori e delle aziende turistiche.

JOAN CARLES VILALTA - Regione Catalogna (SPAGNA)

Prima di illustrare il nostro modello di turismo sostenibile, alcuni dati sulla nostra regione: 6,8 milioni di abitanti, il 15,9% della Spagna, 32.107 kmq con paesaggi molto diversi - atlantico, come nella Val d'Aran, o steppico come i dintorni di Lerida. Tre lingue ufficiali: lo spagnolo (la lingua dello Stato), il catalano (nostra lingua) e l'occitano o lingua d'oc (lingua ufficiale nella Val d'Aran nonché la prima lingua colta dell'Europa). Un PIL di 157.124 milioni di euro, quasi il 19% del PIL della Spagna. Territori densamente popolati come Barcellona (oltre 15.000 abitanti per kmq) e scarsamente popolati come la Val d'Aran (14 abitanti per kmq). Un rapporto servizi-industrie di 57% e 23% rispettivamente.

Abbiamo una serie di marchi turistici: il principale è la Catalogna anche se non posizionato al livello mondiale e 10 sottomarchi; alcuni di essi funzionano molto bene, come la Costa Brava, mentre altri meno bene. Abbiamo marchi di mare e di montagna molto specializzati, sui Pirenei, con stazioni sciistiche. Abbiamo più di 580 km di costa - da Capo Creus fino alla foce dell'Ebro - con importanti aree rurali, alcune delle quali hanno avuto un processo di degrado e di abbandono.

Abbiamo spazi protetti molto importanti e centri urbani, grandissimi poli di attrattività. Per esempio, Girona che ha saputo trasformare il suo importante patrimonio ebraico in un grande polo di attrattività.

Oggi la Catalogna sta promuovendo una politica integrale di sviluppo basata sui principi del turismo sostenibile. Riteniamo che il turismo sia un'attività multisettoriale perché se accogliamo 25 milioni di turisti ciò significa un incremento, dalla logistica alle strade ai treni, e la nostra pianificazione territoriale deve tener conto di questi aspetti.

Il turismo fornisce l'11% del nostro PIL, anche se nella nostra zona esso potrebbe non sembrare tanto importante. Inoltre il 25% dei comuni della Catalogna ha sottoscritto l'Agenda 21, un argomento che potrebbe invogliare i turisti a visitare la Catalogna.

La Catalogna ha una lunga storia turistica per motivi storici ed economici. La nostra pianificazione territoriale in genere è stata legata alla democrazia. Negli anni Trenta, ai tempi della Seconda Repubblica Spagnola, essendoci la democrazia, la Catalogna riguadagnò per breve tempo la sua autonomia e mise a punto un progetto che già prevedeva uno sviluppo turistico ordinato benché molto schematico. Dopo la nostra lunga Guerra Civile, tutto ciò rimase carta straccia. Per molto tempo i turisti continuarono a venire in Spagna e in Catalogna e il turismo non era per noi un motivo di preoccupazione. La nostra terra è stata autarchica fino al 1959 e aveva bisogno di valuta, di cui buona parte proveniva dall'emigrazione o dal turismo; pertanto il turismo cresceva, molte volte senza ordine né concertazione. A titolo d'esempio, in Catalogna abbiamo Emporion (oggi solo rovine), la città più estrema della colonizzazione greca. All'epoca dello sviluppo, più o meno disordinato, della Costa Brava si diceva che la città greca di Emporion sarebbe stata la rovina della Costa Brava perché su quelle rovine non si poteva costruire. Questa situazione è durata molti anni. Con l'arrivo della democrazia molte di queste situazioni sono state regolarizzate e abbiamo continuato ad avere una crescita, non sempre ordinata come ci sarebbe piaciuto. In effetti, più del 50% della nostra popolazione è sulla costa e concentrata a Barcellona e nella sua area metropolitana. Più del 50% della nostra costa è rigorosamente d'uso urbano. Circa il 75% della costa metropolitana di Barcellona è edificata. Negli ultimi 40 anni sono stati urbanizzati circa 8000 ettari della Costa Brava, e soltanto il 54% degli immobili sono adibiti a prima casa. Su un totale di 75 comuni, le prime case non arrivano neppure al 50% in 39 comuni della costa. Questo tipo di modello è stato trasferito perfino all'interno. Una delle nostre zone più belle, di montagna con splendidi paesaggi, ha avuto un processo accelerato di urbanizzazione negli ultimi anni dovuto all'incremento delle seconde case, il che ha significato per quei comuni delle importanti entrate momentanee, ma allo stesso tempo degli oneri significativi in termini di erogazione di servizi. L'occupazione media in questa zona risulta di

18 giorni all'anno, ragion per cui noi preferiamo sempre una politica che chiamiamo "de camas calientes" (albergo, villette, appartamenti turistici in affitto) a una "de camas frías" (seconde case). Nonostante ciò, la Catalogna non ha una visione catastrofica in quanto ha ancora un territorio su cui possiamo lavorare e che possiamo rilanciare. Ogni anno accogliamo oltre 25 milioni di turisti che generano 165 milioni di pernottamenti; siamo la prima destinazione turistica in termine di afflusso di visitatori stranieri (15 milioni provenienti principalmente dalla Francia, dal Regno Unito, dalla Germania e dall'Italia, che generano 115 milioni di pernottamenti).

Ciò significa che oggi l'80% dell'attività turistica della nostra regione è sulla costa, cosa che non sempre è desiderabile. Ma l'emergenza del turismo negli anni '60 è stata imperniata su quello che viene chiamato "turismo sole e spiaggia", un turismo soggetto ad una sempre maggiore concorrenza e che dobbiamo senz'altro integrare se vogliamo mantenerlo nella nostra regione. Questo comporta una serie di implicazioni nel turismo tradizionale mediterraneo: in determinati punti del nostro litorale abbiamo una congestione del turismo, nel tempo e nello spazio, e dobbiamo quindi decongestionarlo, allungare la stagione turistica ed attirare i turisti verso altre mete. Questo tipo di turismo ha anche determinato in buona misura l'espulsione di quelle che erano le attività tradizionali. Cosa succedeva?

In Catalogna esiste la figura dell'hereu (erede), una figura giuridica molto curiosa, che poteva sembrare molto ingiusta ma che è stata alla base della potenza economica della Catalogna. L'hereu era colui che rimaneva per impedire la dispersione del patrimonio, soprattutto agricolo. Il figlio maggiore ereditava l'intera proprietà e i figli secondogeniti ricevevano le terre peggiori, quelle vicine al mare, salmastre e difficili. Successivamente sono quest'ultimi che hanno beneficiato dello sviluppo turistico e sono diventati ricchi.

Ciò ha determinato la sparizione di una serie di attività artigianali o territoriali tradizionali, come ad esempio lo sfruttamento del sughero o la pesca. Tutte queste questioni sono rimaste accantonate. Sono nate altre attività, di tipo produttive, con tutti i problemi connessi, come ad esempio lo smaltimento dei rifiuti. Noi che siamo al Governo conosciamo perfettamente i problemi che ci sono per mettere d'accordo i vari Comuni sulla scelta di un sito per un depuratore, perché nessun comune vuole smaltire i rifiuti nel proprio territorio, e questo è un problema gravissimo, difficile e che, a volte, comporta costi elettorali alti. Questo ha provocato drammatici cambiamenti nei paesaggi, anche in Catalogna e, negli ultimi anni soprattutto la precarietà della manodopera, la bassa qualificazione di quella destinata al mondo del turismo e non si è saputo approfittare delle possibili sinergie con altre industrie. Ciò è quanto noi stiamo ora cercando di realizzare.

Problemi aggiunti? Il cambiamento climatico i cui effetti saranno probabilmente relativi sulle coste, ma maggiori nel territorio interno e le stazioni sciistiche della Catalogna. L'anno scorso abbiamo già avuto dei problemi di innevamento: il problema non era la produzione di neve artificiale, ma mantenerla.

La diminuzione dell'acqua: il livello attuale delle nostre dighe è di 20%. A dire il vero è una situazione che si può correggere, un aumento di 1 o 2 gradi può non essere tanto grave, o forse sì. Alla fin fine torneremo probabilmente ad avere la stessa temperatura esistente all'epoca dell'impero romano, ma dobbiamo fermare questo treno. Il nuovo processo di un turismo maturo significa che dobbiamo far fronte ad una serie di nuove richieste che riceviamo da settori emergenti, da nuove contrattazioni, anche dell'ultima ora, da mercati che nessuno pensava esistessero, dalla comparsa di nuovi segmenti di mercato in cui forse non siamo sufficientemente posizionati. Ma, nello stesso tempo, tutto ciò comporta delle sfide che il Governo della Catalogna, tramite noi, sta affrontando. Per la prima volta abbiamo una vice-direzione specifica responsabile della pianificazione turistica. Nel caso del commercio in Catalogna è stato creato un piano territoriale e settoriale che dice qui si può stabilire una grande area, qui no. Invece nel campo del turismo non è stato fatto e ci poniamo il problema se lo dobbiamo fare oppure no. E' una situazione molto dura, un problema strettamente legato ai diversi tipi di pianificazione urbanistica e una decisione molto difficile da prendere. In campo commerciale è stata presa per sostenere il piccolo commercio, per proteggere le reti del commercio tradizionale che stavano scomparendo. Dobbiamo riuscire a convertire il turismo, con tutti i suoi problemi. Per noi è una vera sfida perché nella nostra regione ci sono molti municipi 'maturi' su cui a volte è difficile incidere, dipendendo soprattutto dal tipo di impresa che possiedono. Abbiamo molte piccole, medie e micro imprese e spesso costa molto incidere sulla modernizzazione di queste destinazioni. Un problema in aumento in Europa, che nonostante le nuove destinazioni emergenti, rappresenta sia importanti possibilità socio-economiche sia uno strumento di equilibrio territoriale. Come già accennato, la Catalogna ha subito dei processi di cambiamento economico molto importanti. Ad esempio, buona parte della nostra industria era tessile e non è riuscita a contrastare la concorrenza dei mercati emergenti, soprattutto asiatici. Buona parte della nostra industria era anche legata al mondo del metallo, e ha subito una importante concorrenza. All'interno della Catalogna abbiamo delle zone dove praticamente quella che da duecento anni era la sua attività

tradizionale sta scomparendo, anzi è scomparsa in brevissimo tempo. Il turismo dovrebbe servire - e sta servendo - per il riequilibrio territoriale. Spesse volte i più attivi oggi sul territorio sono proprio persone e gente giovane legate al mondo del turismo. Ed inoltre è una sfida per noi poter convertire queste regioni in regioni sostenibili, in modo che possano continuare a sostenersi nel tempo e siano pertanto un'opportunità di equilibrio, di creazione di sinergie e di nuove ricchezze. Passo ora la parola alla Dott.ssa Marien André, Direttrice dell'Osservatorio sul Turismo della Catalogna, un organismo che abbiamo creato per poter disporre di un organismo d'intelligenza turistica.

MARIEN ANDRÉ' - *Regione Catalogna (SPAGNA)*

Il Direttore Generale del Turismo ha illustrato il passato e la realtà presente del turismo in Catalogna e io illustrerò gli aspetti su cui lavoriamo guardando al futuro per l'implementazione e la costruzione di un modello di turismo sostenibile e competitivo.

Oggi, il modello "sole e spiaggia" è per la Catalogna il principale motivo di visita, ma stiamo lavorando per trasformarlo in un modello più diversificato e integrale. Riteniamo che la competitività ed il successo delle destinazioni turistiche verranno definiti in funzione della capacità dei territori, delle imprese e degli enti gestori di questi territori di adattarsi ai criteri di sostenibilità e di responsabilità, in cui il turismo deve essere uno dei principali settori.

Si è parlato dell'importanza di poter avere una politica integrale ed integrata, della pianificazione e della gestione del turismo affidate all'amministrazione pubblica. Molte volte esse vengono gestite non solo dai ministeri o dalle aree locali del turismo, ma anche dall'area ambiente, cultura, infrastrutture, ecc. Pertanto la costruzione di un modello di turismo sostenibile richiede in primo luogo la creazione - e in questa direzione ci stiamo muovendo in Catalogna - di un tavolo di lavoro, di un gruppo di lavoro intersettoriale e interdipartimentale che riconosca l'importanza del turismo e la sua trasversalità. Riteniamo che questa impostazione sia strettamente legata alle necessità, alle opportunità ed ai criteri contenuti nell'Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo della Commissione Europea. Ciò significa anche la costruzione di modelli di partenariato pubblico-privato, di collaborazione tra i diversi livelli dell'amministrazione, di cooperazione all'interno della stessa amministrazione tra le diverse aree e funzioni e la costituzione di reti come quella sulla quale siamo tutti d'accordo e pensiamo che sia importante portare avanti.

Il nuovo approccio della strategia che stiamo adottando in Catalogna si basa sui tre pilastri della sostenibilità affermati al summit di Rio di Janeiro. Per noi sono indubbiamente importanti: la tutela e la sostenibilità dell'ambiente, la riduzione degli impatti negativi, i paesaggi, l'implementazione delle energie rinnovabili, l'adattamento agli effetti del cambiamento climatico e la mitigazione dei nuovi effetti provocati dall'industria o dal consumo turistico; la viabilità economica delle attività turistiche, intese anche come attività motrici di altre attività che non sono quelle tradizionalmente ritenute turistiche, non solo l'industria alberghiera o le agenzie di viaggi, ma tutta la catena dei fornitori; e in fine le questioni socio-culturali, la coesione sociale, il miglioramento delle condizioni di lavoro, la qualità della vita e la preservazione culturale da un punto di vista tangibile, ma anche - per noi molto importante - del lavoro dell'immateriale, degli intangibili. Per noi l'identità è una politica fondamentale, l'identità come punto essenziale della competitività, di differenziazione e di attrazione in un mondo globale: essere identitario, differente, singolare è ciò che in futuro garantirà la tutela delle caratteristiche di ogni paese o destinazione e incrementerà la domanda turistica. Dal punto di vista economico e sociale, il ruolo del turismo si sta rivalutando e nella nostra regione stiamo cambiando il modello di turismo e cercando di imparare, riteniamo molto importante di lavorare costantemente in progetti di benchmarking, analizzando ciò che fanno altre destinazioni. La Catalogna è una destinazione importante a livello quantitativo, ma dovrà migliorare dal punto di vista qualitativo e siamo impegnati ad esplorare e analizzare le buone pratiche adottate nelle diverse regioni europee e nel mondo. Ma vorremmo anche poter offrire la nostra esperienza alle altre destinazioni europee; e da qui il nostro vivo interesse per questo convegno e per la costituzione della rete. Qual è, oggi, il progetto per l'implementazione di un turismo sostenibile e competitivo in Catalogna? Nel 2005 la nostra regione ha approvato il primo piano strategico per il turismo. La Catalogna è la prima destinazione turistica della Spagna e la Spagna la seconda destinazione turistica del mondo. La sola Catalogna accoglie il 2% della quota mondiale di visitatori internazionali. L'assenza, fino al 2005, di un piano strategico che stabilisse quale avrebbe dovuto essere l'orientamento del turismo sia in Spagna che in Catalogna rappresentava una gravissima carenza. I principi che devono ispirare la politica turistica della Catalogna, sono illustrati nelle diapositive e riassumono quelli di sostenibilità, competitività e responsabilità sociale. Vorrei però sottolineare che

l'amministrazione pubblica e il governo regionale non potevano elaborare questo modello da soli. Dovevano contare sulla collaborazione di tutti i soggetti coinvolti, di tutti gli stakeholders, le diverse aree del governo della Catalogna che non fanno parte del turismo, le amministrazioni locali, il settore privato formato da imprese molto piccole, gli enti non governativi e la società civile in generale. L'impostazione del piano strategico è stata rivolta fundamentalmente alla sistemazione, focalizzata sul territorio e sulla società. Ho sentito dire che il turismo dovrebbe in primo luogo servire al cittadino e non il cittadino al turismo. Penso che tutti noi siamo d'accordo su questo punto. Il piano strategico era pertanto un piano impostato sempre dal punto di vista del benessere del cittadino e della preservazione e protezione del territorio. Tuttavia, non ci siamo dimenticati degli aspetti del marketing, ed è precisamente qui che la competitività e la sostenibilità si danno appuntamento e camminano mano nella mano nel XXI secolo: sempre di più essere sostenibile sarà garanzia di essere competitivo, la destinazione che non è sostenibile non sarà mai competitiva. La maggior parte degli attivi di cui disponiamo, sono quelli derivanti dall'applicazione o implementazione dei tre pilastri della sostenibilità. Gli ambienti degradati, i paesaggi senza identità, le città che invece di essere città sembrano dei parchi tematici possono espellere, sempre di più, il turista. Oggi il turista non vuole sentirsi turista ma integrato in quello che sta conoscendo e visitando. Il nostro piano strategico che va dal 2005 al 2010, prevede dieci programmi quadro e 48 azioni; il 65% delle azioni strategiche sono già state implementate. Sempre a partire da questo piano, stiamo elaborando un nuovo modello turistico per attrarre nuovi turisti e creare nuove modalità di turismo. Abbiamo identificato nuove opportunità e microsegmenti di domanda, che molte volte ci precedono; infatti grazie a questa tipologia di turisti scopriamo ricchezze della nostra regione che ci permettono di sviluppare nuovi prodotti come il turismo esperienziale, quello storico, letterario, gastronomico, ecc.

Stiamo anche esaminando diversi aspetti del turismo. In primo luogo la distribuzione dei flussi turistici sul territorio regionale che è importante per la gestione corretta della capacità di carico delle destinazioni che erano, e lo sono tutt'ora, molto congestionate. In secondo luogo, stiamo affrontando un altro dei grandi nemici del turismo sostenibile, la stagionalità. Questo ci consente di lavorare con nuovi vettori spazio-tempo e di avanzare verso modelli che implicano un miglioramento del territorio, dello spazio, dell'ambiente e della società. Un altro aspetto positivo a cui ci stiamo dedicando attivamente, e che sta dando grandi risultati, è l'interazione con i settori artigianali, con le industrie tradizionali. In genere, il turismo in Catalogna è stato un elemento o un'industria che ha estromesso, che ha avuto un effetto clouding out delle attività tradizionali. Ciononostante oggi, in base ai nuovi parametri, i turisti si stanno interessando sempre più alle attività autoctone, proprie della zona. E ciò ci permette di riscoprire e riprodurre forme di produzione che si stavano abbandonando. In questo modo si impara sia a conoscere meglio la cultura ospitante sia a distribuire i benefici del turismo tra le diverse industrie - agricoltura, gastronomia, enologia, pesca, ecc - e non soltanto quelle tradizionalmente ritenute turistiche. Stiamo esaminando anche un nuovo modo di fare branding e marketing, cercando nuovi segmenti di mercato, promuovendo labels per diverse destinazioni tematiche, familiari o sportive, promuovendo anche campagne di qualità integrale per le singole destinazioni, cioè sia una qualità turistica, ambientale e socialmente responsabile. Un altro punto molto importante per noi è la sensibilizzazione e l'informazione ai turisti, all'industria e alla comunità locale ospitante. Partendo dal Codice Etico dell'Organizzazione Mondiale del Turismo e dalle conclusioni dei lavori fino a questo momento finanziati dalla Commissione Europea, prossimamente pubblicheremo un codice di comportamento in diverse versioni: un codice rivolto alle imprese turistiche, basato soprattutto sulla responsabilità sociale corporativa; un'altro per i turisti in cui spiegheremo chi siamo, chi vogliamo essere, quali sono gli atteggiamenti che accetteremo nella nostra regione e quali no; un'altro per i cittadini, spiegando i benefici del turismo (normalmente gli effetti negativi sono più percettibili degli effetti positivi), ma anche come possono essere anfitrioni migliori e trarne vantaggi; e certamente anche uno per i gestori turistici ai diversi livelli dell'amministrazione. Un altro progetto è il Progetto Turling, finanziato dal Programma Life dell'Unione Europea che è stato attuato da un gruppo di stakeholders, con la leadership dell'Università di Litz, e che ha scelto come progetti "pilota" l'Austria e Lloret de Mar. Crediamo che il Progetto Turling sia una buona base di partenza sia per noi, sia per la futura rete. E' un progetto che cerca la sostenibilità attraverso la catena del valore, che comincia dalla coscientizzazione dei tour operator fino alla garanzia della sostenibilità da parte di tutta la catena dei fornitori. Significa che il tour operator non potrà contrattare un albergo che non garantisca la sostenibilità, l'albergo non potrà contrattare un servizio di ristorazione che non garantisca la sostenibilità, ecc. Pertanto riteniamo che sia un progetto molto interessante in quanto coinvolge tutta l'industria del turismo. Altre questioni da sottolineare sono l'elaborazione e l'approvazione di un piano guida per le coste per ridurre l'urbanizzazione e tutelare le aree; di un piano specifico per le zone di montagna, per la riconversione di quelle che tradizionalmente erano solo

stazioni sciistiche in stazioni di montagna aperte tutto l'anno con una diversificazione del prodotto. Stiamo inoltre lavorando a piani territoriali specifici e per adattare la regolamentazione che interessa le piccole imprese al fine di promuovere la loro competitività. Abbiamo anche creato una nuova agenzia per la promozione del turismo in Catalogna basata su un modello di partenariato pubblico e privato, cioè cofinanziamento e codecisione tra questi due attori; e da ultimo, la ricerca (l'area sotto la mia personale direzione). Riteniamo che sia importante disporre di conoscenze, di statistiche e di indicatori che ci consentano di seguire, di controllare costantemente il modello che stiamo implementando. Stiamo parlando di nuove politiche, abbiamo dei nuovi obiettivi, ma se non disponiamo di strumenti che ci permettano di sapere se stiamo avanzando nella giusta direzione non saremo in grado di prendere le decisioni opportune. Crediamo che, per affrontare la costituzione di una rete, l'individuazione di una batteria di indicatori, comuni ed armonizzati, che permetterebbe a tutti noi l'opportunità di confrontarci, di analizzare le pratiche adottate, sia importante.

Per concludere, vorrei semplicemente far presente che la Catalogna è una delle principali destinazioni costiere del Mediterraneo, e noi come voi stiamo affrontando importanti sfide che possono diventare delle vere e proprie occasioni, se sappiamo approfittarne. Crediamo fermamente che il nostro ruolo di regioni europee, e pertanto anche quello della Catalogna, e la promozione della cooperazione siano degli aspetti chiave per la costruzione di un modello sostenibile e competitivo del turismo europeo per ciascuna delle regioni, ma anche per l'Europa come destinazione globale. Stiamo parlando di una redistribuzione dei flussi a livello internazionale, si sta parlando di cambiamenti nelle grandi regioni, la lunga distanza sta guadagnando terreno: pertanto il beneficio comune dell'Europa ridonderà a beneficio di ciascuna regione. Non dobbiamo mai dimenticare che è molto importante contare sull'appoggio e la visione globale, ma alla fin fine le politiche turistiche vengono veramente applicate a livello regionale e locale. E queste sono le "complicità" che dobbiamo cercare.

LAURENT GREFFEUILLE - Regione PACA Francia

Ringrazio la Regione Toscana e l'Unione Europea per la loro accoglienza ed entro immediatamente in argomento. Non vi parlerò molto della Regione PACA, se non per ricordarvi qualche cifra con l'aiuto di queste diapositive: 35 milioni di turisti per una popolazione di circa 4,5 milioni di persone, 217 milioni di pernottamenti, prima destinazione di accoglienza dei turisti nazionali, quasi il 12% del PIL rappresentato dall'attività turistica e il 10-12% in termini di posti di lavoro. Come evidenziato da colleghi di altre Regioni, esistono molte similitudini in termini di presenze e di problematiche, e questo ci permetterà di non parlare di temi che largamente condividiamo. Qualche punto fermo su questa Regione, che vanta notevoli punti di forza: un litorale attraente, quello della Provenza e della Costa Azzurra, un entroterra come quello di Lubéron, Verdon e Alpi meridionali, grandi città come Avignone, Aix-en-Provence, Marsiglia e Nizza, artefici della nostra fama, ma anche paesi più piccoli o territori come i calanques, Cassis, Saint-Tropez - e ne dimentico molti altri.

Abbiamo un territorio protetto per circa il 50% - il che non è necessariamente ciò cui pensiamo quando pensiamo a questa Regione - e molti spazi naturali; una delle nostre scommesse consiste nel destagionalizzare la presenza turistica, scaglionandola effettivamente nel tempo e nello spazio, obiettivo che condividiamo con altre regioni. Qualche cifra chiave sulle presenze e sul litorale, dove si concentrano prevalentemente le attività turistiche. Sta qui la scommessa del progetto regionale di sviluppo turistico, adottato nel 2006, che riprende a grandi linee una politica di sviluppo sostenibile basata su logiche sociali, economiche, ambientali, affinché questa Regione possa essere una destinazione di riferimento del turismo sostenibile. Esistono ancora difficoltà, anche queste condivise da molti, e molti dualismi da dover gestire. Ne citerei soltanto alcuni. La prima difficoltà è la necessità di mantenere la qualità del servizio nei confronti dei clienti e dei turisti, una qualità che incoraggi le comunità locali a conservare livelli di dotazioni relativamente importanti, e questo dualismo è spesso complesso da gestire quando è una comunità su scala regionale a disporre degli strumenti finanziari per incoraggiare un'iniziativa piuttosto che un'altra. E' un vero e proprio rompicapo costruire una strategia che possa evitare questo eccesso di dotazioni dei territori e insieme garantire una presenza più scaglionata. Seconda difficoltà: territori che sono eccessivamente frequentati e che è bene tutelare, e altri territori più rurali o montani, che presentano problemi (penso alle Alpi) - la mia collega della Catalogna citava le difficoltà di alcune stazioni di montagna situate ad altitudini basse - per permettere una presenza un po' più sostenuta o quantomeno una diversificazione delle attività economiche. L'altro punto importante ricordato dal dottor Luigi Cabrini dell'Organizzazione Mondiale del Turismo è quello dell'acqua. La nostra Regione

conosce questo problema cruciale della gestione delle acque per le attività turistiche, perché gli specchi d'acqua sono luoghi di pratica turistica, e quindi di frequentazione, piuttosto importanti. Come dicevo prima, vedete qui quattro assi strategici che illustrano la strategia regionale del turismo sostenibile. Dal punto di vista della strategia adottata nel programma regionale, la chiave è stata quella di dire: esistono due attori principali che ci permettono veramente di agire, se vogliamo agire. Prima di tutto il turista, che è un cliente o qualcuno degli abitanti locali, e in questo caso tutti devono svolgere un ruolo, come collettività, impresa o associazione perché tutte le nostre iniziative politiche, commerciali o di promozione mettano il cliente al centro delle nostre iniziative che puntano a sensibilizzarlo soprattutto sul rispetto di popolazioni, luoghi e commerci, qualcosa di importante su scala europea, mediterranea o mondiale. Poi coloro che accolgono, ovvero tutti coloro che svolgono un ruolo nell'ambito dell'ospitalità (albergatori, uffici del turismo, fornitori di servizi culturali o sportivi, del tempo libero ecc.), e in questo caso si fa riferimento sia ai responsabili dei locali pubblici che ai loro impiegati, ai loro operai, ai loro volontari che ogni giorno fanno sì che il turista sia accolto in certe condizioni; sono loro che nella loro prassi gestionale fanno sì che un certo numero di azioni concrete vengano o meno intraprese in tema di sviluppo di un turismo sostenibile. Il nostro programma regionale del turismo è stato iscritto nell'ambito del programma regionale di sviluppo economico, come segno dell'importanza del ruolo accordato al turismo dalla nostra Regione, turismo inteso come sviluppo del territorio e attività importante dello sviluppo economico. A fianco di questi due attori vi è il ruolo degli enti locali, oggetto della nostra riunione di oggi. Gli enti locali creano un ambiente favorevole, condizioni di vita della popolazione, molteplici scommesse in termini di proprietà fondiaria, condizioni di accessibilità, trasporto, gestione del territorio, e sono i guardiani dei grandi principi che vanno preservati. Vauzelle, il Presidente della nostra Regione, ce lo ricorda costantemente. Il nostro ruolo è dunque quello di promuovere e sostenere l'iniziativa locale, privata o individuale, e, in relazione a questo, al cuore delle iniziative resta il lavoro dei professionisti sul campo, che sono molti e sui quali si è molto lavorato. È per questo motivo che vorrei essere un po' provocatorio nei confronti di Strienstrand che questa mattina rappresentava le associazioni imprenditoriali, che ci diceva talk to talk. Con Alexandre Noel cercheremo di mostrare che si tratta di work to talk, di dimostrazione mediante l'azione.

Occorre ragionare di turismo sostenibile all'interno di strategie, avere in mente un certo numero di passi da compiere e cercare di tradurli in azioni più concrete possibili.

Sul piano economico della strategia, in questo progetto si deve agire sulla performance degli attori e dei territori. Occorre innovare e dotarsi di strumenti avanzati che ci permettano di proiettarci come enti locali e di essere un esempio per gli attori compiendo scelte valide, come insistere sull'importanza di gestire bene le risorse umane, di gestire l'ambiente e conservarlo, nelle loro strutture e nei nostri territori. Questo è fondamentale. Cerchiamo di farlo con iniziative riguardanti la valorizzazione dell'innovazione, con iniziative di incoraggiamento alla diversificazione di certe attività nelle zone agricole e montane. Sul piano sociale della strategia, la difficoltà sta nella necessità di avere un approccio basato sulla competitività, di essere attraenti, economici e performanti tutelando al contempo l'accessibilità alle vacanze per tutti, comprese le fasce svantaggiate, con una serie di misure concrete come l'aiuto alle vacanze dei giovani delle città o delle famiglie in difficoltà. Abbiamo anche un contratto di sviluppo "Tourisme handicap" stilato con professionisti del settore turistico, per dire che se essi si impegnano nell'ammodernamento delle loro strutture verranno aiutati prioritariamente sul piano dei lavori di miglioramento dell'accessibilità o dei lavori sull'ambiente. Condizioniamo in un'ottica ecologica i nostri aiuti agli investimenti. Ciò è importante e rientra nel quadro di questo progetto. Accompagniamo le imprese su cose precise, non solo sulla messa a norma o non so che, ma su cose che rappresentano dei sovrapprezzi e uno sforzo cittadino particolare. Sempre a proposito del turismo per l'handicap, forniamo ai professionisti strumenti di aiuto alla consulenza, strumenti pratici, di informazione (eco-guida, film), di valorizzazione dell'offerta, di sussidi immobiliari statali (aide à la pierre) o di azioni di promozione mirata per valorizzare coloro che si impegnano in questo tipo di turismo. Ci crediamo molto. Sul piano ambientale: tutela dei territori, creazione di parchi naturali regionali e nazionali, sviluppo della mobilità dolce e incoraggiamento delle varie iniziative di offerta, con sussidi finanziari piuttosto importanti (sussidi immobiliari statali, sviluppo della gestione ambientale ecc.).

Si tratta, in conclusione, di azioni a livello di aiuti individuali e a livello collettivo per favorire gli scambi tra i vari fornitori di servizi, appoggiandosi anche alle associazioni di questi professionisti, di azioni incentrate sugli aspetti qualitativi (gestione), o ancora si tratta di lavorare sulle problematiche delle risorse umane, dell'accessibilità, del turismo per i disabili, incoraggiando le nozioni di performance. Alexandre parlerà ora di alcune iniziative di nostri partner locali.

ALEXANDRE NOEL - Regione PACA (Francia)

Ecco alcune iniziative concrete nel nostro territorio regionale. Qualche anno fa è stata lanciata una eco-guida sulla gestione ambientale come strumento per sensibilizzare e accompagnare i nostri professionisti, i nostri operatori sociali e i nostri professionisti del turismo nell'attuazione di azioni concrete su temi specifici (gestione dei rifiuti e delle acque, integrazione paesaggistica, politica di acquisti responsabili). Si nota spesso che, anche se ne hanno la volontà, non necessariamente i nostri professionisti hanno le conoscenze o il know-how per sapere come procedere. Si tratta di un'operazione pilotata dalla Camera Generale del Commercio e dell'Industria della nostra regione e della regione Corsica, che aggiornerà questa guida risalente a qualche anno fa ponendo l'accento sulla responsabilità sociale e ambientale delle imprese per tener conto degli aspetti sociali con i quali i professionisti si confrontano. Questa nuova eco-guida non riguarderà più soltanto gli alberghi, i campeggi e i ristoranti, ma anche le varie forme di agriturismo, i villaggi vacanze e i centri congressi. L'obiettivo di questa apertura interprofessionale è che le associazioni professionali creino iniziative concrete come quelle dell'eco-gîte (agriturismo ecologico) (organizzata dalla Fédération Régionale des Gîtes de France, rete di accoglienza di abitazioni private ormai riconosciuta a livello nazionale). Abbiamo anche osservato che, anche se i professionisti avevano le conoscenze e il know-how, non sapevano a chi rivolgersi per avviare le procedure, trovare soluzioni ambientali, prodotti ecologici, soluzioni per costruire il loro eco-gîte, ed è nato il primo forum, Ecorismo, una fiera commerciale specializzata nella quale vengono presentati soluzioni ambientali e prodotti. Sono in corso altri progetti in partnership, di cui uno per valorizzare l'offerta eco-turistica, promuovere l'offerta etichettata come ecologica, suscitare una domanda e sviluppare l'offerta di questo tipo di turismo se riusciremo a convincere i professionisti che esiste un mercato. Un altro progetto si iscrive nella Carta Europea del Turismo Sostenibile. In Francia è la nostra Regione ad avere la maggior superficie di aree protette, con cinque parchi naturali regionali che hanno deciso di raggrupparsi per farsi certificare nella Carta Europea del Turismo Sostenibile come aree protette (progetto in corso e che andrà avanti nel 2008). E altri progetti più territoriali, come la Cité de la Culture et du Tourisme Durable, o un centro di piccola formazione degli attori del turismo sostenibile che si occupa di vari progetti, tra cui, europei, il progetto EVIMED pilotato dalla Toscana, di cui la Cité era partner e che è coordinato da Jean-Pierre Martinetti, l'esperto del gruppo del turismo sostenibile per la Commissione Europea; il progetto PROMESSE, un progetto Life per sviluppare l'ecoturismo su questa parte protetta del litorale; la Carta Regionale dei sentieri sottomarini, un progetto didattico per sensibilizzare il pubblico dei subacquei alla biodiversità dell'ambiente marino mediterraneo; e una campagna di eco-gesti nel Mediterraneo per sensibilizzare i diportisti alle differenti problematiche ambientali. L'importante è dunque inserirsi nell'azione con progetti concreti, e questo nonostante tutte le difficoltà.

LAURENT GREFFEUILLE - Regione PACA (Francia)

Qualche parola per concludere. Siamo nel quadro di un approccio che vogliamo globale, mirante alla salvaguardia dei territori e alla mobilitazione degli operatori locali dell'accoglienza, nonché alla sensibilizzazione dei turisti che li frequentano, e tutto questo secondo le strategie che abbiamo presentate e con un modulo turismo, dato che la Regione PACA si è impegnata in un'iniziativa di Agenda 21 regionale, e dunque nel programma di Azione 21. Siamo perfettamente in fase con i nostri partner e con le proposte che ci vengono fatte dalla Toscana per integrarci in questa rete e farla vivere grazie a una strategia di azioni concrete sul terreno.

RAINER JELINEK - Alta Austria (Austria)

Vi parlerò del turismo nell'Austria settentrionale. Questo territorio ha circa il 5,5% di tutti pernottamenti e ciò significa che non è una regione molto turistica, e tuttavia abbiamo circa 2 milioni di ospiti ogni anno.

I nostri ospiti vengono soprattutto dall'Austria (58%). Il mercato estero più importante è la Germania (26%), seguita dalla Gran Bretagna e dall'Olanda (circa il 2% ciascuna). Repubblica Ceca ed Italia si collocano intorno all'1,5%. Se guardiamo all'origine degli ospiti austriaci il risultato è notevole, perché il 38% è costituito da abitanti di quella stessa zona! La maggior parte degli ospiti viaggia quindi su brevi distanze, il che è importante per la sostenibilità, quando si parla di traffico.

L'Austria settentrionale è caratterizzata da una varietà di paesaggi: dalle dolci colline del nord fino alle

montagne alpine del sud. Al centro c'è il fiume Danubio. Abbiamo sia architettura moderna che folklore tradizionale.

La seconda parte della mia presentazione riguarda la nostra strategia turistica, che non promuove regioni o destinazioni: essa si concentra sulle motivazioni della vacanza.

Il nostro documento strategico è valido per l'intera industria del turismo e del tempo libero nell'Austria settentrionale e contiene principi e strategie per raggiungere i nostri scopi. È stata elaborata in un processo che è partito dal basso con rappresentanti di tutti i rami dell'industria turistica, enti, politici, imprese diverse e gruppi di interesse.

Ci siamo posti due domande nello sviluppare questa strategia: che cosa vogliono i nostri ospiti? E dove abbiamo proposto i prodotti appropriati a soddisfare tali desideri? Abbiamo definito alcuni temi principali su cui concentrare la nostra attenzione.

Il primo argomento è la salute e l'attività termale, che sono importanti per la nostra regione perché potrebbero convogliare in Austria turismo sanitario. Noi distinguiamo nettamente tra turismo sanitario (competenza medica terapeutica) e turismo termale e di wellness (godimento e relax). Abbiamo circa 9 partner principali come spa, resort e organizzazioni turistiche con le quali collaboriamo da vicino.

Un altro argomento è l'uso della bicicletta e della mountain-bike. In tutto il paese abbiamo sei percorsi ciclistici principali e 24 percorsi ciclistici regionali.

Vi è poi il tema del turismo d'affari: vogliamo che i partecipanti alla conferenza ricordino più il nostro paese che le sale congressuali.

Un altro argomento è costituito da escursionismo, golf e sport quali sport invernali, sport acquatici ed equitazione.

Un altro argomento è il turismo culturale, dove noi ci concentriamo sulla creazione di valore aggiunto. Nel 2009 sarà la capitale europea della cultura e nel nostro paese abbiamo città storiche, per cui abbiamo preparato itinerari tematici, tour culturali ecc.

La parte finale della mia presentazione riguarda la sostenibilità dello sviluppo regionale, due sfere importanti del turismo. Pensate al significato della natura per il turismo. Le ricerche di mercato mostrano sempre che gli aspetti naturali come il paesaggio o la natura intatta sono molto importanti nella scelta di una destinazione.

Vorrei spiegare come la nostra strategia turistica supporta lo sviluppo sostenibile regionale. Il turismo non è solo il rapporto fra turisti e industria turistica, come il personale dell'albergo. Turismo significa interazione molto forte tra regioni, residenti, politica, paesaggio e natura, tutti influenzati dal turismo. È importante che le strategie turistiche siano inglobate nei piani di sviluppo regionali.

Le varie destinazioni dell'Austria settentrionale devono elaborare le loro strategie in un'idea di turismo che segua le idee della strategia turistica dell'Austria Settentrionale. Nel territorio esistono programmi simili per altri settori economici. Esiste un documento strategico relativo all'idea complessiva di sviluppo federale per le varie regioni. Poiché il concetto di turismo in quest'area è qualcosa di più che un concetto di marketing, esso prevede mutamenti strutturali nelle infrastrutture del tempo libero. È importante che questi piani di sviluppo regionali e queste strategie del turismo siano collegate e combinate tra loro.

Noi sottolineiamo anche l'esigenza di un profilo specifico per ciascuna destinazione turistica. Per garantire uno sviluppo regionale sostenibile, la strategia dovrebbe basarsi sui punti di forza naturali della regione, sulle strutture esistenti, su una comprensione comune degli obiettivi. Lo sviluppo congiunto di obiettivi e strategie in un processo che coinvolga tutti i soggetti interessati è dunque molto importante.

La catena di servizi perfetta dovrebbe contenere la gamma completa di strutture necessarie per una specifica attività turistica e per un supporto approfondito. È importante garantire la qualificazione e la formazione di tutti i dipendenti che operano lungo questa catena.

Per concludere, nei cinque anni di questa strategia abbiamo riscontrato alcuni possibili fattori di successo. Prima di tutto, la strategia dovrebbe essere elaborata congiuntamente attraverso un processo dal basso verso l'alto che coinvolga tutti i soggetti pertinenti. Secondo, dovrebbe basarsi sulle offerte esistenti e sui punti di forza della regione. Una strategia coerente è molto importante, dalla singola destinazione all'intero paese, e dovrebbe essere integrata nei piani di sviluppo regionali. Infine, la qualifica e la formazione degli imprenditori e dei dipendenti è necessaria per fornire una catena di servizi completa e soddisfare così le necessità del turista.

NILS - ARVID ANDERSSON - Regione Skane (SVEZIA)

lo rappresento un livello molto vicino alle "radici dell'erba" e lavoro in una zona meridionale della città di Malmö, nell'angolo sud-occidentale della regione Scania, che ha circa 100.000 abitanti, per cui è quasi

possibile conoscerli tutti uno per uno. La mia presentazione riguarda la "Promozione della diversità regionale mediante il rafforzamento dell'identità locale". La prima parte si occupa di come noi guardiamo le tematiche della sostenibilità e come lavoriamo con esse. Formulerò poi qualche proposta di iniziativa per la nuova rete.

Parlando di questioni ecologiche, noi riteniamo che la fornitura e la richiesta di prodotti locali sia molto importante. Crediamo che la nostra biodiversità sia una delle caratteristiche più importanti da conservare. Noi ricicliamo. Abbiamo progetti e premi. Riguardo alle questioni della sostenibilità economica, pensiamo che la fornitura e la richiesta di prodotti locali dovrebbe essere incentivata, e per questo motivo abbiamo creato un marchio locale comune. Riteniamo che la diversificazione della produzione agricola sia una questione importante. Noi stabiliamo partnership creative e cerchiamo di essere, per quanto possibile, un settore trasversale. Cerchiamo di organizzare esperienze veramente uniche, ed è questo che la gente vuole. Crediamo nella necessità di discutere e parlare con tutti delle questioni e dei progetti importanti dello sviluppo. Coinvolgiamo in questo tutti tipi di cittadini e la società locale. Pensiamo sia importante che le persone che vivono là possano sentirsi inserite e orgogliose del territorio in cui vivono. Pensiamo inoltre che l'accessibilità fisica sia importante tanto quanto la possibilità di accedere a conoscenze riguardanti il territorio.

Abbiamo altre problematiche sociali. Pensiamo che oggi le priorità siano costituite dalla salute e dal benessere. Dobbiamo guardare all'invecchiamento della popolazione e alla prospettiva multiculturale. Il nostro "marchio locale" punta a mettere in evidenza i prodotti locali e a migliorare l'ambiente riducendo i trasporti e cercando di rafforzare l'identità locale. Il gruppo target è costituito da produttori, gallerie, dettaglianti, distributori di prodotti di agricoltori e ONG. È aperto a tutti, ma devono soddisfare determinati criteri. Finora i gruppi di prodotti sono questi: prodotti primari non trattati, verdura, radici commestibili, frutta, frutti di bosco, pesce, carne, cacciagione, funghi; prodotti lavorati, piatti pronti e altre produzioni.

Abbiamo anche una produzione culturale: tutti tipi di arte, artigianato, letteratura, performance, musica, danza, teatro, come pure servizi e ONG, tra cui servizi legati al turismo.

Per quanto riguarda la richiesta di associazione, ecco alcuni esempi. Un pomodoro, per esempio, che venga coltivato e conservato al di fuori del territorio non otterrà il "Marchio Locale", perché gli alimenti non possono lasciare il territorio prima di aver raggiunto il consumatore. Tuttavia uno scamone di vitello cresciuto all'interno del territorio può essere macellato al di fuori di esso perché in detto territorio non esistono mattatoi legali. Un quadro dipinto in un altro paese va bene se la produzione principale del pittore è all'interno del territorio.

Per quanto riguarda le aziende di servizi e le ONG, dovrebbero valorizzare le caratteristiche specifiche dell'area, come i monumenti e le attrezzature ricreative. Negoziamo con le associazioni dei commercianti riguardo ai criteri obbligatori. Per esempio, alle conferenze dovrebbero avere piatti a marchio sul menù e offrire tour guidati ai monumenti, laddove necessario. Dovrebbero essere rese disponibili anche informazioni relative al marchio, alla destinazione turistica e al territorio locale. Dovrebbe esserci un link tra il sito web e dell'azienda e il nostro.

Le parole chiave sono affidabilità, credibilità, qualità, flessibilità, miglioramento continuo e tracciabilità. Abbiamo un'organizzazione, che è una ONG, e l'approvazione rende automaticamente soci di questa ONG. Abbiamo party, eventi e spettacoli per scrittori e artisti. Abbiamo qualche sussidio nazionale ed europeo e finora la quota di iscrizione è nulla oppure molto ragionevole. Abbiamo 60 artisti e artigiani, 30 produttori alimentari e 12 società di servizi.

Iniziative di rete proposte: prima di tutto il turismo fotografico, un potenziale non sufficientemente sfruttato. Vorrei citare qualcosa della bozza che ho scritto qualche settimana fa: creare crescita e rinnovamento nelle principali aziende e nell'industria è un processo in continuo divenire. I cambiamenti nell'ambiente dei prerequisiti aziendali dovuti al miglioramento tecnico e comunitario generano costantemente nuove possibilità per idee innovative. Essere classificata su Internet come meta turistica è un fattore di marketing e essenziale. Il significato dell'immagine come prima impressione nel cyberspazio e sui siti web è di estrema importanza. L'interazione con i visitatori e con altre mete del turismo fotografico porterà a un miglioramento e a scelte innovative per le attività di marketing e per le imprese più esperte. Per riuscire a prolungare la stagione turistica le destinazioni devono offrire attività innovative e nuove esperienze; ciò è particolarmente importante per le aree situate nelle zone a clima temperato. Il progetto faciliterà l'attuazione di nuove concezioni sperimentali miranti ad attività didattiche turistiche al di fuori della stagione normale. Quest'idea è nota con il termine di edutainment, cioè fornitura contemporanea di istruzione e intrattenimento. Il cliente diviene un ambasciatore inconsapevole quando mostra le sue foto agli amici o sul suo blog.

Le attività possono andare da cose semplici, come l'assistenza da un desk, a pacchetti collaudati.

È necessario individuare gli oggetti fotografici e i percorsi fotografici della vostra zona. È necessario qualche piccolo investimento in scala, come alture, torri di osservazione e nascondigli per le persone interessate all'osservazione ravvicinata di animali. Il gruppo target non sono solo i visitatori ma anche i residenti locali, le attività economiche e le istituzioni scolastiche. I pacchetti per i clienti più attivi prevedono attività complementari come concorsi fotografici, la foto del giorno, corsi di Photoshop ed escursioni. La collaborazione per i pacchetti destinati ai più esperti sarà con guide locali, strutture ricettive, ONG, aziende responsabili e aziende che si occupano di fotografia. Sono certo che società come Nikon, Fuji, Kodak ecc., come pure alcuni tour operator emergenti, sarebbero lieti di sponsorizzare questo tipo di attività.

Vorrei suggerire uno studio pilota transnazionale in molte destinazioni diverse. Abbiamo bisogno di raggiungere la massa critica per far sì che questo avvenga, così le persone conoscono le caratteristiche dei tour fotografici.

L'iniziativa successiva si chiama "Arti degli antenati europei", una partnership creativa multisetoriale tra cultura ed economia. Vi è l'esigenza di integrare il patrimonio artistico locale nella produzione locale e di promuovere nuove concezioni economiche e processi innovativi. Io vorrei creare una sorta di ombrello concettuale paneuropeo per la produzione di souvenir e regali chiamati "le arti degli antenati europei". Questo incrementerà la produzione e il consumo di questi prodotti. Vi saranno nuove alleanze e collaborazioni tra vari settori e proteggeremo la crescita sostenibile dell'economia locale. La metodologia è che manufatti, modelli e disegni locali verranno evidenziati in un inventario e vi sarà un'etichetta che racconterà storia e curiosità dei prodotti realizzati; si attaccherà così letteralmente un'esperienza al prodotto e sarà possibile chiedere per esso un prezzo più alto. Non dovrebbe trattarsi di un'opera d'arte, ma un'opera adatta per la produzione in serie - questo è molto importante. L'individuazione e l'elencazione verranno eseguite da un mix di archeologi, etnologi e persone che sanno quali sono i tipi di souvenir e di regalo che la gente ama comprare. Verrà predisposto un compendio cui ispirarsi, che noi presenteremo agli artigiani e produttori che sono in grado di usare questi manufatti, schemi e modelli per la fabbricazione di questi nuovi prodotti di origine locale. Terremo incontri a livello subregionale e locale per favorire l'ispirazione. Abbiamo fatto un concorso molto ben riuscito, cui hanno partecipato molte persone, poi distribuzione ai dettaglianti e la questione del marketing.

BETINA MELISS - *Regione Mar Baltico (Germania)*

Vi racconterò la storia della rete di sviluppo del turismo sostenibile nella regione del Mar Baltico. In questa regione gli approcci di Agenda 21 sono avvenuti molto precocemente. Nel 1998 è stato adottato il documento "Baltic 21". Esso riguarda otto settori economici, e il turismo è uno di questi. Il settore turismo di "Baltic 21" ha una propria task force, un gruppo di lavoro sul turismo sostenibile con membri provenienti dal ministero dell'economia responsabili per il turismo, ministri dell'ambiente, enti nazionale del turismo, associazioni turistiche nazionali e regionali, ONG e altre organizzazioni internazionali.

Nel 2003 i soggetti interessati della regione del Mar Baltico hanno individuato come punto critico principale per il loro lavoro la mancanza di informazione, di collaborazione e di coordinamento. Questo è stato il punto di partenza da cui è partita la task force turistica per iniziare a mettere a punto il progetto Agorà.

Questo progetto ha un budget totale di 2,3 milioni di euro e si è sviluppato dal luglio 2005 al dicembre 2007. Abbiamo un settore trasversale, un approccio pan-baltico, nonché un approccio strategico.

Il risultato più importante del progetto è costituito da Jepar, una banca dati con informazioni relative a progetti turistici parzialmente finanziati da vari programmi europei, per salvare le conoscenze esistenti e renderle facilmente e gratuitamente accessibili al pubblico. Attualmente su questo database sono presenti informazioni relative ad oltre 200 progetti.

Un altro risultato è il controllo di sostenibilità dei progetti turistici, che misura la sostenibilità di progetti e non di destinazioni o alberghi. Il nostro scopo è che questo controllo divenga un elemento obbligatorio della valutazione dei progetti connessi al turismo. La sua flessibilità significa che può essere usato per vari tipi di turismo e a differenti livelli, dal livello locale a quello internazionale. Il messaggio molto chiaro e semplice che sta dietro questo controllo è il seguente: prima fa' il controllo, ottieni un risultato positivo e allora potrai ricevere denaro da qualsiasi programma.

Un altro esito del progetto Agorà è un concetto strategico per sviluppare turismo sostenibile nella regione del Mar Baltico. Abbiamo avuto un incontro con altre organizzazioni internazionali dell'area del Baltico, che hanno concordato sull'attuazione di questo concetto e su una stretta collaborazione per il futuro, nonché sulle dieci principali iniziative per i prossimi tre anni. Hanno anche approvato

la collaborazione con altri soggetti interessati, per esempio con la rete DestiNet. Il nostro database Jepart verrà inserito nel portale DestiNet, e sarà così più accessibile. Riguardo al nostro contributo ad un'agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo, i partner di Agorà sono stati ben informati sui progressi del gruppo che si occupa di sostenibilità turistica e noi abbiamo partecipato alla procedura di consultazione pubblica. Nella nostra regione abbiamo tante organizzazioni che si occupano di turismo sostenibile, quindi proponiamo di usare le capacità esistenti e la comunicazione di supporto tra i soggetti interessati.

Le nostre proposte e le nostre iniziative concrete per un'agenda europea devono usare il database Jepart e il controllo di sostenibilità per i progetti turistici. Se qualche operatore chiede un supporto finanziario per progetti turistici a livello locale, nazionale e internazionale, egli deve sottoporsi al controllo di sostenibilità. È molto semplice, è costituito da 27 domande, e al richiedente occorrono due o tre ore per eseguire questo controllo. Vi è inoltre l'implementazione della concezione strategica per lo sviluppo turistico sostenibile nella regione del Mar Baltico.

Noi intendiamo attuare l'agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo ed essere una regione modello nell'area del Baltico. La rete Agorà è pronta ad agire come rete di conoscenze già esistente.

ERIC NANCHEN - *Regione Valais (SVIZZERA)*

Il Cantone Vallese, situato nelle Alpi nella parte sud-occidentale della Svizzera, abbraccia 50 cime alte più di 4000 metri e ha una popolazione di 250.000 abitanti che vive di industria, molto di turismo, di agricoltura e di viticoltura. Il suo capoluogo è Sion, dove troviamo due castelli e la sede della nostra "Fondazione per lo sviluppo sostenibile delle regioni montane", creata nel 1999 dal Cantone Vallese e dal Comune di Sion. La nostra Fondazione ha quattro campi di attività, le Agenda 21; noi siamo responsabili di quello del Cantone Vallese e di quello di alcuni comuni che stiamo seguendo.

Parlare di sviluppo sostenibile significa parlare della necessità di agire a livello dei programmi educativi per far passare questo concetto. Attualmente stiamo terminando un programma INTERREG con la Francia: abbiamo preparato trasmissioni radio sul rischio in montagna in senso lato e sullo sviluppo sostenibile. Il Dott. Luigi Cabrini dell'OMT parlava del turismo contro la povertà: attualmente abbiamo un progetto nel sud del Caucaso (in Georgia), un programma di ecoturismo orientato verso il settore delle escursioni in montagna. Organizziamo eventi come la giornata della mobilità dolce, che inizieremo l'anno prossimo. Per noi è estremamente importante inscrivere questa vasta nozione nella proposta di azioni concrete.

Per questo intervento mi sono ispirato al comunicato emesso al termine della riunione di ottobre in Algarve, di cui ho mantenuto i vari punti proposti. Il primo è l'approccio globale e integrato: il nostro Cantone si è dotato di una politica di sviluppo territoriale strutturato mediante una "spina dorsale" in pianura dove si trovano centri di competenza raggruppati intorno al vocabolo ARC (Bio-Arc, Blu-Arc, Techno-Arc ecc.), che raggruppano le industrie e i servizi. Il secondo polo di sviluppo è quello intorno al turismo intensivo delle stazioni di montagna, mentre un terzo è dedicato alla natura, al turismo dolce e all'agricoltura. Attraverso questa politica territoriale il Cantone cerca di definire che cosa vuol fare e dove farlo, e poi si dà gli strumenti per realizzare la sua volontà tramite un quadro legale e uno strumento di conoscenza detto ARC, che permette il trasferimento di tecnologie nell'industria, nel turismo e nella gestione pubblica. Il Cantone ha lavorato su una politica del turismo che si è rivelata necessaria, perché uno sviluppo incontrollato del turismo presentava enormi pericoli a livello sociale e ambientale. Questa politica poggia anche su valori di riferimento, soprattutto sulla Carta dello Sviluppo Sostenibile che è stata adottata dal Parlamento del Vallese nel 1998 e che mette al primo posto il benessere della popolazione. Per quanto riguarda gli obiettivi, essi rientrano pienamente nell'ambito dello sviluppo sostenibile.

Quali mezzi concreti esistono per applicare la politica di sviluppo territoriale? Un mezzo conosciuto e tuttavia nuovo per la Svizzera - perché voi sapete che la Svizzera presenta ritardi riguardo alle zone protette, è un paese che attualmente ha un solo parco nazionale - è la nuova legge dell'ottobre 2006, della quale è in corso di redazione il decreto attuativo e che a breve dovrebbe dotarci di un secondo parco nazionale e di una decina di parchi regionali. Per quanto riguarda il Vallese, noi abbiamo la fortuna di avere un sito riconosciuto come patrimonio dell'umanità dall'Unesco, il ghiacciaio dell'Aletsch, nonché un parco regionale riconosciuto a livello cantonale. Un altro mezzo per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità passa attraverso l'acquisizione di competenze legate al turismo. Con la Fondazione ARC il Cantone si è dotato di uno strumento di valorizzazione e di innovazione che favorisce l'emergere di nuove imprese e le sostiene nel loro sviluppo. L'ARC attua due tipi di sinergie: in tema di formazione

con la scuola svizzera del turismo, che ha creato un bachelor in turismo e in ricerca e sviluppo con l'Istituto Economia e Turismo, contenente un'unità di management turistico che parla specificamente di sviluppo sostenibile e sviluppa progetti di sviluppo sostenibile. Un altro esempio riguarda il livello federale e il turismo intensivo delle stazioni montane. Il piano d'azione "ambiente e salute", lanciato nel 1999 dall'Ufficio federale della sanità pubblica, è terminato l'anno scorso e ha permesso a Crans Montana di lavorare intorno a quattro assi e sviluppare 15 progetti (tra cui un sentiero dello sviluppo sostenibile, la promozione dei cibi stagionali e locali, di locali pubblici completamente vietati ai fumatori - perché in Svizzera si può ancora fumare nei locali pubblici - ecc., con una partecipazione molto importante della popolazione. Un altro esempio è la creazione di uno spazio incontri (quello della diapositiva): la popolazione, i commercianti, i politici hanno testato questo spazio - perché la stazione era completamente intasata dai veicoli - e dopo una stagione estiva e una invernale sono state fatte delle risistemazioni, malgrado le reticenze e i timori dei commercianti. Questo progetto ha dato risultati eccellenti e probanti. Il risultato maggiore è stato che un'altra stazione, quella di Verbier, sta testando uno spazio incontri. Un altro mezzo per ottenere la sostenibilità è quello che riguarda le imprese e passa attraverso la creazione di uno strumento gestionale (il Valais Excellence) che permette alle imprese di accedere alle certificazioni ISO 9000, ISO 14000 e ISO 18000. L'originalità di questo progetto sta nel fatto che si rivolge alle piccole, medie e piccolissime imprese. La più piccola ha 2 dipendenti all'anno, la più grande 500. Noi stessi siamo certificati ISO 9000 e 14000. Intorno a Excellence è stato realizzato un lavoro importante per ricercare una competitività ponendo in primo piano l'identità. Il nostro collega della Catalogna parlava di questa ricerca di un'identità propria. Una ritratto identitario del Vallese è stato disegnato intorno a quattro valori centrali e a quattro valori correlati. Grazie allo sviluppo delle ricchezze locali, condivise dalla popolazione, il Cantone spera di proiettare un'immagine forte e un marchio che dovrebbe permettere di federare tutte le iniziative del settore turistico. Con la sua nuova legge sul turismo, la sua politica di sviluppo territoriale, la sua attenzione alla qualità, il suo marchio, i suoi centri di competenza, il Cantone spera di realizzare un turismo risolutamente rivolto verso lo sviluppo sostenibile. Ma il cammino è arduo: c'è molto da fare e il tempo urge a causa delle sfide che abbiamo di fronte: il problema della neve e il timore della sua scomparsa in seguito al riscaldamento climatico, quello delle seconde case e dei cosiddetti "letti freddi". Poiché la sfida maggiore è il cambiamento climatico, io penso che con la realizzazione di una rete come quella cui stiamo puntando potremmo scambiarci informazioni su queste problematiche e sull'aumento della presa di coscienza da parte dei turisti. Per concludere, citerei un altro punto sollevato durante la riunione in Algarve, quello della fissazione di limiti. Quando si parla di questo, si pensa necessariamente all'attuazione di misure molto spesso impopolari, e al mondo politico questo tipo di misure non va troppo bene. È un grande problema che abbiamo davanti. Abbiamo avuto un consigliere di stato che l'anno scorso ha deciso di attuare una moratoria: ha congelato le seconde case in sette comuni. L'effetto è stato terribile: una levata di scudi da parte dei protagonisti economici e degli imprenditori. Ma questo ha creato un'onda di shock, e attualmente altri comuni stanno riflettendo. Io spero che si possa contare su politici che ogni tanto osino prendere misure del genere, anche se so che è estremamente difficile. Io ho parlato di valori, di innovazione, di sostenibilità, e non sapevo che di fatto questi sono slogan della Regione Toscana.

KATALIN HALL - Regione Nord Ungheria (UNGHERIA)

Parlerò dei valori naturali e culturali della mia regione, delle nostre linee guida di politica dello sviluppo nazionale e regionale e dei documenti strategici. Illustrerò inoltre l'impegno della nostra comunità locale, vi parlerò della nostra rete turistica transnazionale e di esperienze di collaborazione su un progetto, e suggerirò due possibili direzioni future del turismo per la nostra regione.

La regione settentrionale dell'Ungheria copre più di 13.000 km² e si classifica quarta in termini di territorio e popolazione. Il capoluogo regionale dista un'ora e mezzo da Budapest. Esistono tre aeroporti internazionali vicino alla regione, due in Ungheria e uno in Slovacchia. Vi sono inoltre un'autostrada di recente costruzione e una superstrada, che permettono un accesso comodo e rapido. Visitatori e turisti possono facilmente raggiungere la regione in auto, in aereo o in treno.

La regione ha molto da offrire sia dal punto di vista naturalistico che dal punto di vista culturale, con tre siti appartenenti al patrimonio mondiale dell'umanità, un parco nazionale con località culturali e storiche, tra cui pitture parietali in grotte preistoriche, un piccolo villaggio del XIII secolo conservatosi nella sua ubicazione originale, e una regione vinicola famosa a livello mondiale.

Uno degli obiettivi strategici della nostra politica di sviluppo nazionale è l'utilizzo sostenibile delle risorse naturali e dei beni ambientali in conformità alla politica di sviluppo europea. Non abbiamo

alcuna legge turistica nazionale, solo un concept secondo il quale nella futura legge a livello nazionale dovrebbero essere contenuti solo condizioni generali come definizioni base del turismo, compiti del governo, fonti di finanziamento e collaborazione, mentre i costi e gli aspetti soggetti a cambiamento dovrebbero essere stabiliti via via da normative governative e ministeriali. I compiti sono delegati ai livelli nazionale, regionale e locale. Sulla base di questo concept è stata preparata una strategia turistica nazionale che dichiara che in Ungheria il turismo sostenibile è solo un concetto teorico, non vi sono sistemi indicatori idonei per verificare uno sviluppo sostenibile. Attualmente non vi è alcun sistema standardizzato omogeneo per misurare l'impatto sui territori in termini di sostenibilità.

Una strategia importante e recente è costituita dal turismo sanitario. L'Ungheria è una delle potenziali aree target europee per il turismo sanitario e del wellness, grazie alle sue ricche risorse di acque termali e i quasi duemila anni di cultura termale.

Una priorità importante del programma operativo relativo all'ambiente e all'energia del secondo piano di sviluppo nazionale è costituita dalla saggia gestione dei beni naturali. Le iniziative riguardano il ripristino, la conservazione e lo sviluppo delle aree e dei beni protetti, la creazione della base infrastrutturale per conservare l'agricoltura e il patrimonio forestale.

Nella strategia turistica regionale l'aspetto della sostenibilità è brevemente menzionato come un principio orizzontale. In genere in tutti i nostri sviluppi noi dobbiamo rispettare il principio orizzontale della sostenibilità sia finanziaria che ambientale, perché ad esso si riferisce anche il nostro programma operativo regionale. Se, per esempio, una proposta di progetto contiene un segmento di sviluppo che potrebbe costituire una minaccia per la natura o per l'ambiente oppure un danno per essi, tale progetto deve essere rifiutato.

Un'altra priorità del programma operativo regionale è lo sviluppo del turismo. Rafforzare il potenziale turistico significa erogare fondi per iniziative relative a sanità, cultura e patrimonio artistico, sviluppo di turismo attivo ed ecologico, sostegno alla creazione di un centro ricerche innovativo regionale sul turismo, sviluppo di un sistema standard di valutazione e misurazione, analisi dell'impatto dello sviluppo turistico.

Ora vi darò qualche esempio tra i molti offerti dalla nostra regione. La parte al nord della Ungheria è vivace e amichevole verso i turisti situato vicino al confine slovacco. Offre molte interessanti attività gratuite, fra cui tour guidati con differenti giochi naturalistici, un centro di addestramento con attrezzature tecniche ecologiche e con un giardino organico. Il programma è pronto ad espandersi ai villaggi vicini, creando posti di lavoro e un modo di vivere sostenibile per la popolazione. Come ulteriore passo è stata recentemente formulata una concezione di ecoturismo e un'analisi della possibilità di sviluppare nell'area un'agricoltura sostenibile.

È presente il Parco nazionale costituito da circa 700 ettari di area protetta e da ulteriori 40.000 ettari di terreno per sviluppo commerciale leggero o più pesante, che ogni anno registra circa 180-250.000 visitatori. I comuni circostanti, gli imprenditori e la direzione del Parco nazionale hanno deciso nel 1997 di stringere una collaborazione per uno sviluppo comune, allo scopo di preservare e sviluppare l'area a fini di ecoturismo. L'attrazione principale sono le grotte, che ogni anno vedono circa 170.000-180.000 visitatori, il 60% dei quali sono studenti. Una grotta è un centro di terapia climatica dal 1959. Il territorio è un vero paradiso per gli speleologi e per la ricerca botanica e zoologica. Sono in programma ulteriori sviluppi, perché qualità e numero di alberghi, servizi di collegamento, attrazioni circostanti e accessibilità non sono soddisfacenti. La posizione dell'area offre una grande opportunità di collaborazione transfrontaliera con la Slovacchia.

Poiché in questa sede stiamo creando una rete turistica transnazionale, vorrei condividere con voi due esperienze riuscite di progetto della nostra agenzia. La prima è la nostra partecipazione alla Rete turistica culturale europea, che sfortunatamente adesso per noi è terminata anche se la rete rimane ancora. L'esito principale per la regione, a parte le esperienze condivise e i buoni esempi, è stato che la strategia comune elaborata dai partner del progetto ha influenzato o è servita come documento preliminare e punto di riferimento per la preparazione del programma operativo regionale relativo allo sviluppo di iniziative di turismo culturale. L'altro progetto è ancora in fase di elaborazione. Stiamo anche creando un circuito transnazionale di mete di qualità relative a sport, salute e benessere.

Siamo ottimisti sul nostro sviluppo futuro, malgrado i problemi globali. Vediamo due percorsi di sviluppo principali, uno basato sulle ricche risorse termali, l'altro sull'abbondanza di aree rurali naturali intatte. Sviluppando in modo sostenibile questi beni chiave, l'Ungheria potrà diventare uno dei rifugi ecologici dell'Unione Europea. Per far questo occorre una programmazione attenta e coscienziosa e un sistema di indicatori standard idoneo a misurare l'impatto sullo sviluppo turistico.

PAOLO BONGINI - *Regione Toscana, Dipartimento dello sviluppo economico Responsabile servizio Turismo*

Interviene velocemente e, prima di cedere la parola a Antonino Melara, ricorda l'importanza dell'applicazione concreta dei progetti che vengono proposti: senza la loro attuazione anche il dialogo sociale diviene sterile.

ANTONINO MARIO MELARA - *Regione Toscana (Italia)*

Antonino Mario Melara inizia il suo intervento con una domanda che è il tema di fondo di questo Euromeeting: perché dirigersi verso una rete dello sviluppo sostenibile europeo? Melara mostra delle slide con i numeri dell'afflusso turistico in Toscana: 40% del turismo è balneare, 34% va in arte e affari. Sono presenti oltre 10 mila strutture ricettive, a testimonianza che il turismo ha un peso assai importante per l'economia toscana, contribuendo col 7% del pil complessivo della regione. Nel programma della regione Toscana, lo sviluppo dell'economia sostenibile è uno degli obiettivi principali. Negli atti concreti esso deve essere promosso premiando piccole e medie imprese che fanno della sostenibilità il loro cavallo di battaglia.

La certificazione ambientale è l'elemento indispensabile per la sostenibilità: Melara riporta l'esempio di Ecolabel, un tipo di certificazione applicabile in tutti gli stati comunitari che può in questo modo essere riconoscibile al turista in ogni luogo che intende visitare.

Dare aiuti alle imprese che si certificano è l'imperativo di Antonino Mario Melara. Ciò costituisce un impegno non da poco per la regione, tuttavia esso è indispensabile per favorire lo sviluppo di una buona gestione ambientale, per la quale diventa sempre più impellente il bisogno di una rete di collaborazione tra le regioni, e i governi ai vari livelli. Il percorso che la Regione Toscana ha iniziato ad approfondire sulle tematiche della sostenibilità è complesso ed ambizioso. A questo proposito Melara parla del progetto Ernest. Grazie a questo progetto, che consiste in un network di regioni europee, due milioni di euro saranno destinati a 12 realtà diverse, le quali così potranno coordinarsi e mettere a disposizione le proprie conoscenze e risorse e affrontare insieme le sfide della sostenibilità. Tale progetto Ernest durerà 4 anni e si è prefisso di raggiungere questi scopi:

- acquisire elementi conoscitivi sulle politiche di sostenibilità turistica in atto nelle diverse realtà;
- concretizzare a livello europeo uno scambio di esperienze e buone pratiche;
- realizzazione di azioni congiunte;
- pubblicazione di un bando europeo per dare un ulteriore impulso alla ricerca nel settore del turismo sostenibile e competitivo.

In conclusione, Antonino Melara richiama i temi di fondo dell'Euromeeting che sono quelli della condivisione dei progetti e la creazione di una rete, augurando a tutti buon lavoro e buon proseguimento.

CESARINO ROMANI - *Assessore all'Ambiente, Provincia di Rimini (Emilia Romagna)*

Ringrazia tutti i presenti e, rifacendosi all'appello di lanniello di attenersi alle cose concrete, incentra il suo intervento sulle esperienze e le iniziative messe in atto dalla Provincia di Rimini.

Presenta quindi le caratteristiche del territorio: con 20 comuni distribuiti lungo la costa, una densità abitativa di 530 abitanti per km² su 533 km² totali, Rimini è oggi una località turistica di massa. Per questa località il turismo è il settore principale dell'economia, e parlare di sostenibilità con i numeri che presenta, diventa piuttosto difficile. Le presenze turistiche sono concentrate soprattutto nel periodo estivo, con una maggiore affluenza nel mese di agosto. Gli effetti si fanno sentire sull'impronta ecologica, soprattutto per quanto riguarda il consumo di acqua e lo scambio di questa tra fiumi e mare. La conseguenza più grave, annota Cesare Romani, è una riduzione della qualità urbana, che, in prospettiva, determina meno presenze turistiche.

Sorge quindi la necessità di controllare e gestire il turismo in chiave eco compatibile. Cesare Romani elenca e spiega ciò che la Provincia di Rimini ha fatto in questo senso. Una serie di progetti pilota che

hanno preso ispirazione dall'Agenda 21.

Una parte riguarda l'attenzione al patrimonio ecologico, attraverso la riqualificazione e la depurazione dei torrenti che giungono a mare.

Una seconda parte prevede il coinvolgimento attivo del cittadino - turista nella salvaguardia della costa: grazie ad un sistema che prevede il riciclo dell'acqua della doccia, spiega Cesare Romani, sono stati risparmiati 5000 litri di acqua per stabilimento. Questo lo si può fare solo incentivando un comportamento attivo, corretto e consapevole del turista.

L'assessore esprime gratificazione nel constatare che molti comuni hanno incluso nei loro piani regolatori la realizzazione di un impianto eolico sulla costa.

Successivamente l'assessore presenta due progetti molto importanti per la provincia di Rimini: il progetto GIZC e il progetto SUVOT.

Il progetto GIZC è un piano specifico di indirizzi per la gestione integrata delle zone costiere, allo scopo di conferire continuità, organicità e prospettiva all'insieme di politiche necessarie per governare con un approccio sistemico questi territori.

Il progetto SUVOT è un progetto che vede Rimini collaborare con altri soggetti per trovare soluzioni alternative: si propone di condividere, diffondere ed incrementare i risultati ottenuti dalla Provincia di Rimini grazie a un progetto volto a rintracciare nuove strategie e strumenti per un turismo sostenibile. Inoltre il progetto intende focalizzare l'attenzione su quello che è un turismo che risponda a particolare esigenze e interessi di tipo culturale, ambientale etc...

L'ultimo progetto presentato da Cesare Romani si chiama ACQUISTI VERDI presso gli hotel. Consiste nella scelta di acquistare prodotti locali compatibili con l'ambiente da parte di imprenditori alberghieri della provincia di Rimini.

In conclusione l'assessore propone un modello di sostenibilità sociale, ovvero la "Spiaggia liberaA tutti". Il progetto prevede il contenimento degli impatti ambientali e l'abbattimento delle barriere architettoniche a partire dall'anno 2008-2009.

PAOLO BONGINI - *Regione Toscana, Dipartimento dello sviluppo economico Responsabile Servizio Turismo*

Interviene alla fine di questa prima giornata di Euromeeting, soffermandosi sui temi fondamentali emersi nel corso degli interventi:

- Il ruolo delle regioni resta determinante. Poste nel mezzo tra stati membri e comunità locali, esse devono riuscire a fare buono uso delle finanze messe a disposizione dalla Comunità Europea per promuovere iniziative veramente efficaci
- La necessità di applicare fino in fondo i progetti in chiave eco-compatibile, attraverso una giusta amministrazione delle risorse, è un punto di partenza che non può essere ignorato
- Il concetto di sostenibilità deve essere allargato a tutti i settori, non solo a quello del turismo, ma a tutto ciò che riguarda la produzione e la gestione delle risorse
- Il dialogo sociale è fondamentale, così come la collaborazione tra i vari enti, pubblici e privati, e tra le istituzioni ai vari livelli. Il turismo deve essere tenuto sotto stretto controllo, onde evitare che questo arrechi danni ai progetti messi in atto o in programmazione per la difesa della sostenibilità.



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



euromeeting
sviluppo del turismo sostenibile



sabato 17 novembre



SECONDA GIORNATA DEL V EUROMEETING 2007

**intervento introduttivo di
Francesco Ianniello**

FRANCESCO IANNIELLO - *Capo Unità Turismo, CE*

Ringrazia la regione Toscana, la Catalogna, la regione Paca della Francia, e in generale tutte le regioni e istituzioni che hanno deciso di partecipare. Ianniello esprime gratificazione per quanto fatto sino ad ora, e annuncia che il Consiglio Competitività del 23 novembre approverà le conclusioni della Comunicazione della Commissione Europea denominata "Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo" emanata dalla Commissione nel mese di ottobre. Queste conclusioni fanno uno specifico riferimento al sostegno della creazione di reti specifiche per la comunicazione, e sostengono un'Agenda a medio e lungo termine nella quale tutti gli interessati devono avviare le iniziative necessarie a potenziare il contributo delle prassi sostenibili per incrementare la concorrenzialità dell'Europa quale destinazione turistica più interessante.

È un lavoro, sottolinea Ianniello, che viene fatto prima di tutto nell'interesse dei cittadini europei e del turismo, perché l'Europa deve essere a servizio dei cittadini e non una struttura che ne complica l'esistenza. Passa la parola a Paolo Bongini il quale introduce l'intervento di Sergio Arzeni.

SERGIO ARZENI - *Direttore Centro Ocse di Trento*

Ringrazia tutti e parte subito spiegando cos'è l'Ocse, un'organizzazione internazionale che copre l'Europa, l'America del Nord, l'Asia, il Giappone, la Corea, l'Australia, la Nuova Zelanda e che ha deciso di allargarsi a nuovi paesi: Cile, Israele, Estonia, Slovenia, Russia, Cina, Indonesia, India, Africa del Sud, Brasile. Il tema proposto da Arzeni riguarda il turismo sostenibile legato ai problemi e gli effetti della globalizzazione. I problemi sollevati toccano i veloci cambi climatici, il turismo legato alla diffusione di nuove malattie e la pubblica sicurezza, con riferimento ai fatti di terrorismo internazionale che hanno colpito America e Europa.

Successivamente pone ai presenti altre quattro questioni:

- il rapporto delle imprese con il territorio, citando la TUI (una delle più grandi compagnie di turisti del mondo) e il progetto di Montaione che sta conducendo in Toscana;
- il problema del rapporto tra democrazia partecipativa e democrazia diretta. La prima deve venire incontro alla seconda attraverso il coinvolgimento diretto della comunità, interpellandola sui progetti che si intendono intraprendere;
- la qualità della vita è fondamentale per l'attrazione dei talenti. Nella strategia del turismo sostenibile questo principio, se seguito, aiuta a rendere più competitivi i territori nella scena globale;
- se l'Europa vuole uno sviluppo sostenibile, deve aprire un dialogo con i paesi emergenti. Il presidente della Francia Sarkozy ha proposto di rilanciare il processo di Barcellona, e il ruolo del turismo in questo disegno sarà centrale.

Conclude facendo le congratulazioni alla Toscana, alla Catalogna e alla regione Paca per la leadership e il dinamismo dimostrato nel portare avanti la sostenibilità.

JEAN-PIERRE MARTINETTI - *Gruppo sul Turismo Sostenibile della Commissione Europea*

Come dice il mio amico Paolo Bongini, cercherò di dare una valutazione personale sui lavori che abbiamo svolto e di ricordare le condizioni e gli orientamenti proposti e largamente ripresi nella comunicazione della Commissione in un ambito che è l'appoggio dei servizi dell'unità di turismo di Franco Ianniello della DG impresa. Terminerei con le prospettive relative alle mete presentando alcune esperienze e iniziative.

Il mio discorso verte sulla scommessa crescente del turismo in Europa e intende delineare le prospettive per le regioni e per le loro mete turistiche. Per quanto riguarda la posta in gioco, ricordata a più riprese, essa è evidente per noi specialisti del turismo, ma non sempre per tutti coloro che hanno responsabilità decisionali. Il turismo è la più grande migrazione della storia e ha luogo tutti gli anni. Esistono anche realtà europee e locali, di cui si è parlato con l'indeterminatezza propria del turismo o delle attività trasversali: si tende sempre a dire "sa, mi sono occupato di commercio estero in Francia e quest'ultimo

comprende due settori invisibili, il turismo e le assicurazioni. Il turismo è ovunque, ma non lo si vede veramente; le percentuali sul PIL, fra il 4% e il 10%, possono sembrare indeterminate. Rendere visibile un settore invisibile è molto difficile. In termini di occupazione, le percentuali del turismo possono variare dal semplice al doppio e anche al triplo, ma alla fine l'importanza del turismo viene dimostrata spesso solo al negativo. In caso di calo drastico delle presenze ci si rende conto che tutti vivono di turismo. Ho già vissuto questo nella regione Corsica, dove, dopo tre cali consecutivi di queste presenze, il turismo è divenuto una realtà, una leva di sviluppo, perché tutti si sono resi conto che vivevano di esso, direttamente o indirettamente. Ciò vale per il patrimonio, la cultura, le società, nel bene e nel male. Se parliamo del bene, vi è un emergere progressivo di una politica europea in materia di turismo, e devo riconoscere che, mentre il Trattato di Roma non aveva considerato il turismo come qualcosa che giustificasse una politica comunitaria, questa scommessa del turismo ha fatto sì che a partire dagli anni Novanta vi sia stata una presa di coscienza della Commissione e che ormai il turismo appare come uno dei tre settori che contribuiscono a una crescita sostenibile e alla creazione di posti di lavoro. Consigliare la sostenibilità e la competitività nello sviluppo del turismo europeo è divenuta, a partire dal 2003, una priorità della Commissione e, nel marzo 2006, è stata adottata una nuova politica del turismo per migliorare la competitività dell'industria turistica europea e creare posti di lavoro più numerosi e migliori per una crescita durevole del turismo nel mondo. Torniamo a ciò che è stato sottolineato da Sergio Arzeni, cioè a quanto ha costituito l'oggetto dei nostri scambi in seno al TSG: le responsabilità dell'Europa di fronte al mondo. A partire dall'Agenda europea 21 per il Turismo, che è divenuta un'agenda per il turismo europeo competitivo e sostenibile, è stato creato un gruppo per la sostenibilità del turismo con lo scopo di agire per un turismo europeo più sostenibile; tale gruppo comprende 36 esperti che hanno lavorato duro e che sono stati aiutati da un redattore facilitatore, Richard Dalman. Questi esperti rappresentavano tutte le parti coinvolte nel turismo sostenibile. Questa dichiarazione dell'Agenda 21 è stata ripresa nella Comunicazione della Commissione del 19 ottobre 2007 con tre obiettivi, che segnalano che il turismo può essere una leva dello sviluppo sostenibile - e questo non è una cosa così evidente perché esiste in effetti questa ambivalenza del turismo, il buono e il cattivo delle cose - e che a certe condizioni è possibile fare in modo che il turismo sia il pioniere dello sviluppo turistico sostenibile. Il nostro amico del Vallese, intervenuto ieri, ricordava la concezione svizzera del turismo nel 1978, quando il turismo divenne pioniere dello sviluppo sostenibile. Molto prima dei vari rapporti - il rapporto Brundtland e il Vertice della Terra di Rio (1987-1992) - veniva detto che lo sviluppo turistico deve poggiare sull'economia, sull'ambiente e sulla società - il che, fra l'altro, regola i problemi in ambito socioculturale. Gli obiettivi sono la prosperità economica, l'equità e la coesione sociale, la tutela dell'ambiente e della cultura, e comprendono sette sfide principali: la protezione e la gestione sostenibile delle risorse naturali e culturali; la diminuzione dell'impiego di risorse e dell'inquinamento nelle località turistiche, ivi compresa la produzione di rifiuti; la gestione del cambiamento nell'interesse del benessere della comunità; la riduzione del carattere stagionale della domanda turistica, che è la malattia infantile del turismo; la considerazione dell'impatto ambientale dei trasporti legati al turismo; la diffusione e la volgarizzazione del turismo senza discriminazioni, cioè vacanze per tutti; il miglioramento della qualità del lavoro nel settore turistico. Il tutto con un certo numero di quadri e principi operativi, tra cui la gestione sostenibile delle destinazioni, la considerazione della sostenibilità da parte delle imprese, la sensibilizzazione dei turisti alla sostenibilità - uno dei punti di cui abbiamo discusso ieri - e con nove principi operativi: adottare un approccio globale e integrato; pianificare a lungo termine; puntare a un buon ritmo di sviluppo; far intervenire tutte le parti interessate; utilizzare le migliori conoscenze disponibili; ridurre al minimo e gestire i rischi; ripercuotere gli effetti sui costi (chi inquina paga); se necessario, fissare limiti e rispettarli; procedere a un controllo permanente - è la nozione di indicatori, di gestione- per poter eseguire adeguamenti. Una delle parole chiave è agire, passare dall'astratto al concreto con un iter di azione comune, in sinergia, più visibile, sia dei poteri pubblici locali e nazionali che della Commissione europea e degli operatori privati del settore turistico. Nell'ambito dell'Agenda e con l'appoggio del Gruppo di sostenibilità del turismo, la Comunicazione dichiara che la Commissione orienterà le proprie azioni dentro e fuori l'Unione europea per sollecitare gli attori a produrre know-how e a condividerlo, promuovere destinazioni di eccellenza, mobilitare gli strumenti finanziari dell'Unione Europea, integrare pienamente la sostenibilità e la competitività nelle politiche della Commissione. E se si vuol passare dall'incantesimo all'azione si possono adottare alcune iniziative che già esistono - questo evidentemente è qualcosa di limitato, è frutto della mia esperienza personale. Vi è prima di tutto la nozione di "destinazione", sulla quale il gruppo di sostenibilità turistica ha molto insistito. Ne esistono numerose definizioni, tra cui quella della Organizzazione Mondiale del Turismo; secondo me, la destinazione è uno spazio coerente e pertinente (marketing turistico) che corrisponde a una realtà in termini di offerta, identità, funzionalità, organizzazione, domanda, immagine attraente (attrattività come convenience). In questo campo, una

delle prime iniziative della Commissione, e soprattutto della Direzione Generale Impresa e Unità Turismo, è stata quella di creare destinazioni europee di eccellenza, sostenute dalla Commissione per scambiare buone prassi, funzionare in rete e sollecitare le altre destinazioni ad adottare modelli analoghi di sviluppo turistico sostenibile. Parleremo molto, fra poco, dell'iniziativa di numerose regioni leader, come sottolineato in questo Euromeeting di Firenze, in vista di una rete europea per un turismo sostenibile e competitivo a partire da un nucleo di destinazioni fondatrici (Toscana, Catalogna, Provenza Alpi Costa Azzurra) che puntano a creare e guidare una rete aperta alle parti coinvolte e allo sviluppo turistico sostenibile (nel senso dell'Agenda 21 per un turismo sostenibile e competitivo), alle quali si sono uniti i nuovi partner aderenti a Protocollo di Firenze, dichiarazione di intenti dei firmatari presenti all'Euromeeting del 17 e 18 novembre. Per concludere, vi sono state iniziative condivise, una delle quali mi sta particolarmente a cuore, quella del progetto che abbiamo concepito nel 2004 e attuato nel 2006 sotto forma di uno strumento di sostegno in Provenza Alpi Costa Azzurra, con una piattaforma specializzata di formazione, osservazione, ricerca e sviluppo, documentazione, animazione culturale, natura e patrimonio che si chiama Cité de la Culture et du Tourisme Durable, con sede a Gréoux-les-Bains in due siti emblematici, il Castello dei Templari e Château Laval, che è la sede della rete europea Dedalus, un programma specializzato nella valorizzazione del patrimonio e delle culture mediterranee (ritroviamo questa nozione di Nord-Sud del Mediterraneo), che lavora alla rete EVIMED INTERREG 3 B (con un certo numero di amici, tra cui toscani presenti in sala), che ci ha permesso di creare un osservatorio del turismo sostenibile e degli indicatori. Un'altra iniziativa è il progetto ERANET/ERNEST con la Regione Catalogna e la Regione Toscana e altri territori, che due anni fa ha ospitato il seminario della cattedra UNESCO UNITWIN su cultura, turismo e sviluppo e che ha recentemente organizzato gli eventi di Gréoux. Ecco una diapositiva ERANET/ERNEST che mostra la varietà dei partner con un programma che si concretizzerà nel 2008 e una rete per coordinare la ricerca sul turismo sostenibile a livello europeo. Questi incontri hanno avuto molto successo, hanno insistito sulla necessità di adeguarsi alla nozione di cambiamento climatico; un intervento in videoconferenza, precisamente quello del Dott. Franco Ianniello è stato particolarmente apprezzato perché sottolineava l'importanza di salvaguardare l'identità delle nostre regioni e dei nostri territori, un mezzo per sviluppare e garantire una più grande e più solida cittadinanza europea. In sintesi, la Cité de la Culture et du Tourisme Durable è una rete di esperti, una piattaforma, un dispositivo digitale per contribuire a valorizzare destinazioni europee in cerca di eccellenza, un protocollo, uno strumento di valorizzazione delle esperienze e process per accompagnare attori e territori nella lunga marcia verso il turismo sostenibile.

PAOLO BONGINI - *Regione Toscana. Dipartimento dello sviluppo economico,
Responsabile Area di Coordinamento turismo commercio e terziario*

Comincia, annota Paolo Bongini, la parte più operativa dedicata alla creazione della rete.

Paolo Bongini sottolinea ancora una volta la necessità di passare dalle teorie ai fatti, partendo dalle esperienze positive già fatte che devono essere prese da esempio: l'interrelazione, la disposizione al dialogo sono i concetti guida.

Paolo Bongini ricorda l'enormità di progetti, iniziative proposte per la sostenibilità e la necessità obbligata di una cernita per stabilire quali saranno i programmi operativi sui fondi strutturali 2007-2013.

Paolo Bongini sottolinea che la programmazione anche a livello locale deve prima di tutto seguire le direttive di chi ha veramente competenza nel settore: nel caso dei comuni, non si può delegare ai soli assessori la promozione turistica, dal momento che essi non stanno al tavolo dove si decidono le misure dei fondi strutturali.

Un'altra questione sempre legata al dialogo e alla collaborazione, riguarda la cooperazione internazionale con i paesi in via di sviluppo. Il concetto di sostenibilità, gli indicatori e le norme da seguire devono essere uguali per tutti, in questo senso deve prima di tutto esserci un'apertura da parte dei paesi con un'economia sviluppata.

Il dialogo sociale e la concertazione vanno declinati a tutti i livelli: partendo dalla Commissione, passando per gli stati e le regioni, per arrivare ai piccoli comuni. Così anche la popolazione e le comunità si sentono parte integrante di un modello da seguire.

Bongini porta l'esempio di alcune città che sul turismo non hanno voluto investire, come il caso di Livorno. Questo perché è stata la popolazione stessa a non volere investire nel settore. Se questo invece viene imposto, si creano inevitabili conflitti che danneggiano i principi base, come appunto il dialogo sociale.

Com'è allora, domanda Paolo Bongini, che si misura il livello di tolleranza della popolazione nei confronti

dello sviluppo turistico? C'è bisogno della ricerca, del confronto; in questo modo si individuano gli indicatori adatti, i quali diranno quando si sta superando la soglia di tolleranza.

La paura maggiore consiste nella perdita di identità, ed essa costituisce una perdita per il turismo stesso. Le soluzioni per rimediare a questo pericolo e a questo timore legittimo delle comunità che col turismo vengono a confrontarsi, sta, ancora una volta, nella valorizzazione delle risorse locali; la logica di questo indicatore va incontro al turismo sostenibile.

In conclusione Paolo Bongini ricorda che è stato lanciato il progetto ERNEST, un programma che si rivolge alle istituzioni di promozione nazionale e regionale. Esso mira a promuovere lo scambio di esperienze fra programmi di ricerca nazionali e renderli accessibili reciprocamente sul piano internazionale.

Chiede infine una breve dichiarazione da parte di tutti coloro che hanno deciso di aderire alla rete.

GIOVANNA DE GRASSI - *Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo del Governo Italiano*

Interviene brevemente, facendosi portavoce del governo che esprime enorme soddisfazione per il fatto che l'iniziativa delle rete sia partita da una regione italiana.

GABRIELE GUGLIELMI - *ETLC Sindacato Europeo - Comitato sul turismo*

Come rappresentante dei sindacati e quindi dei diritti dei lavoratori, chiede che il concetto di sostenibilità presente nel documento della Commissione, sia ben specificato. E si augura che possa presentare il documento alla prossima Direttiva a Lussemburgo di una delle federazioni che compone la sua organizzazione

MALCOM BELL - *Sud Ovest Inghilterra (REGNO UNITO)*

La mia regione punta ad essere un esempio di turismo sostenibile, ma abbiamo ancora molta strada da fare. Lavorare con il TSG è stata un'esperienza interessante, insieme esaltante e frustrante. È importante rendersi conto che è un settore nuovo e che noi siamo spesso circondati da persone che non capiscono pienamente che cosa stiamo facendo. È quindi una buona idea coinvolgere regioni e personale nella condivisione delle loro esperienze, perché imparino gli uni dagli altri, in particolare a sviluppare e innovare insieme - il che talvolta può essere pericoloso, se si sbaglia! La cosa più importante: occorre che le persone che operano in prima linea traggano energia e ispirazione gli uni dagli altri per andare avanti, in modo da non perdere lo slancio in un mondo spesso critico, che afferma che la sostenibilità non è realmente un tema importante, quando noi tutti sappiamo che lo è. Sono lieto di far entrare la regione sud-occidentale dell'Inghilterra in questa rete.

CINZIA DE MARZO - *Regione Puglia*

Interviene proponendo che il terzo appuntamento della Commissione avvenga in Puglia, dal momento che la regione si è distinta a livello nazionale per dei progetti importanti: il Comune di Specchia ha ottenuto infatti un riconoscimento al recente Forum del Turismo; inoltre la Puglia si è distinta in Italia per avere adottato un piano regionale dell'energia. Fa poi riferimento all'obiettivo 3 della Cooperazione Territoriale Europea, che conferisce un'importanza strategica alle politiche e alle azioni sino ad ora attuate con l'iniziativa comunitaria Interregionale, al fine di individuare dei progetti pilota.

MARIA LETIZIA LOCCI - *Regione Sardegna*

Esprime la sua soddisfazione per essere partecipe di questa rete. Ricorda poi ai presenti due scelte importanti che sono state attuate dalla Regione Sardegna:

- l'adozione del piano paesaggistico regionale;
- l'adozione del piano regionale dello sviluppo turistico sostenibile.

LARS NORDSTRÖM - *CRPM Gruppo sul Turismo Sostenibile*

Sono appena divenuto presidente del nuovo gruppo per il turismo sostenibile creato all'interno della CRPM. Abbiamo appena cominciato a lavorare, per cui questa rete informale può essere molto importante per noi, per imparare ad avere contatti con essa, ed è una cosa molto positiva farne parte. Sono inoltre presidente della Commissione Cultura della regione turistica più importante della Svezia, e in futuro concentreremo molto la nostra attenzione sui temi del turismo. Io, quindi, firmerò questi accordi due volte, perché penso che anche la nostra regione trarrà beneficio da questa rete. L'unico problema che posso prevedere per il futuro, connesso a regioni come la nostra e come la Toscana, è costituito dai trasporti da e verso la regione. Siamo sempre in grado di occuparci di alloggi ecc., ma il traffico automobilistico e la qualità dell'aria sono un problema molto reale e questa rete dovrà affrontarlo.

PRIZZI - *Dipartimento del Turismo Regione Sicilia*

Si congratula con la Toscana per l'organizzazione dell'evento, parallelo a quello degli Stati Generali della Sostenibilità.

Cita le esperienze della Regione Sicilia fatte in ambito di turismo sostenibile, come l'aver adottato il piano paesaggistico regionale.

Esprime grande soddisfazione per la collaborazione con la Toscana nell'ambito del progetto "EVIMED", ricorda anche l'entusiasmo con cui la Sicilia ha accolto il progetto EDEN, un'attività promossa dalla CE per la selezione in ogni stato membro di destinazioni proposte come esempio di buona prassi per il turismo sostenibile.

MARCO SALA - *Direttore Centro Interuniversitario Abita*

Nell'aderire a questo progetto di rete, ricorda a tutti i presenti la fondamentale importanza di tendere conto degli aspetti scientifici e tecnici alla base del turismo sostenibile. Il centro Abita, che è anche fondatore e coordinatore di una rete europea, la TIA, si propone quindi un ente di supporto per gli aspetti tecnici e scientifici.

NILS - ARVID ANDERSSON - *Regione Skane (Svezia)*

Essere membro di una rete del genere è un onore. Io firmerò questo documento a nome del Destination Söderslätt della regione Scania. Se siete interessati a questa iniziativa di turismo fotografico o all'iniziativa dell'arte degli antenati vi inviterei a porgermi il vostro biglietto da visita in modo da poterci tenere in contatto e vedere che cosa possiamo fare in proposito. Spero inoltre che qualcuno qui sappia come poter raccogliere fondi per incontrarci e scambiarci esperienze e buone prassi.

VLAŠTRA KLARIC - *Gruppo Turismo Culturale - Camera dell'Economia (Croazia)*

Noi sosteniamo pienamente questa iniziativa della rete e vi ringraziamo per averci inserito in essa e averci invitato a questo meeting. Come organizzazione professionale responsabile di qualcosa come 500 alberghi e 600 agenzie di viaggio in Croazia e dell'Associazione del turismo culturale, che abbraccia qualcosa come 50 istituzioni culturali, è importantissimo avere una rete che ci dia informazioni e conoscenze da tutta Europa. Oggi il turismo, come parte di questa nuova economia delle micro-destinazioni, soddisfa effettivamente la sua missione umana verso i residenti, i visitatori e le mete del futuro. Noi speriamo che questa rete individuerà l'unicità delle nostre micro-destinazioni, le compatibilità dei nostri programmi e le possibili connessioni che accresceranno la competitività dell'Europa.

NORBERTO TONINI - *Presidente del BITS (Bureau. International du Tourisme Social)*

Come presidente del BITS, Norberto Tonini ricorda che il Bureau ha avviato una rete fatta di regioni e autorità locali per lo sviluppo del turismo sostenibile, sociale e solidale, tra cui annovera la Catalogna e

la Paca, l'Emilia Romagna, il Friuli Venezia Giulia come regioni partecipanti. Ricorda che è stato firmato un protocollo di intesa con Illy, presidente dell'Assemblea delle Regioni d'Europa (ARE), alla quale aderiscono 250 Regioni di 33 Nazioni europee, all'incontro delle Regioni avvenuto in ottobre. Ringrazia la Regione Toscana per l'iniziativa, dichiara piena adesione del BITS e augura una buona giornata a tutti.

BETINA MELISS - *Regione Mar Baltico (Germania)*

Io rappresento la rete Agorà per lo sviluppo del turismo sostenibile nella regione del Mar Baltico. Vorrei esprimere la nostra intenzione di unirci alla rete. Penso che abbiamo già fatto qualcosa nella nostra regione, abbiamo sviluppato alcune strategie, fatto ricerca e compiuto progressi nello sviluppo di reti e organizzazioni, e che siamo pronti ad unirci a questa rete e attendiamo con impazienza di lavorare con voi.

CESARINO ROMANI - *Assessore all'Ambiente e Politiche dello Sviluppo sostenibile, Provincia di Rimini*

L'Emilia Romagna, come è già stato sottolineato dallo stesso Romani in un precedente intervento, si sta battendo molto per il turismo sostenibile. La Regione aderisce con convinzione a questa rete. L'Assessore esprime adesione anche come Responsabile del Coordinamento Nazionale dell'agenda 21 sul turismo sostenibile e a nome del suo Presidente Emilio D'Alessio.

JEAN-PIERRE MARTINETTI - *Gruppo sul Turismo Sostenibile della Commissione Europea*

Intervengo nella mia qualità di delegato generale della Cité de la Culture et du Tourisme Durable, che è insieme uno strumento e, secondo un'espressione cara a Paolo Bongini, una rete di reti pubblico/privato per l'individuazione, il raggruppamento e la condivisione di nozioni ed esperienze che lavora attualmente su più cantieri che vi sono familiari e sui quali possiamo condividere le nozioni di identità, qualità, cittadinanza, sicurezza, valori e solidarietà... tutto questo certamente nel quadro della strategia di Lisbona. Questo è il senso del coinvolgimento della Cité in questo protocollo.

MAURIZIO DAVOLIO - *AITR Associazione Italiana Turismo Responsabile*

Conferma l'adesione dell'AITR, augurandosi che tale adesione coinvolga anche i partner con cui l'associazione sta creando una propria rete, l'Earth. Esprime il desiderio di aderire "due volte" alla rete, essendo anche Responsabile di Legacoop Turismo, una delle più importanti organizzazioni italiane di cooperative nel settore turistico.

ERIC NANCHEN - *Direttore Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile delle Regioni di Montagna, Regione Valais*

Esprime piena soddisfazione per aver avuto l'opportunità di aderire a questa rete. L'eccellenza, afferma Nanchen, può essere solo sostenibile. Ringrazia tutti coloro che hanno avuto l'idea di mettere in atto questa rete.

GIOVANNI COCCO - *Direttore generale ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche)*

Come Direttore generale ISNART, dichiara piena adesione alla rete. Aggiunge che ISNART, una rete con 103 punti in Italia e 71 nel mondo, vuole mettersi al servizio del network nascente come piattaforma di atterraggio per le aziende.

PATRIZIA ROSSI - *Federazione delle Aree protette Europee (Europarc)*

In veste di rappresentante della Federazione delle Aree Protette d'Europa (Europarc), Patrizia Rossi richiama l'attenzione alla rete formata da una quarantina di aree protette europee, che la Federazione sta già utilizzando da anni con ottimi risultati. Alcune aree protette si trovano nelle regioni che hanno aderito all'iniziativa della rete: si riferisce al Parco Nazionale del Mercantour e al Parco naturale regionale del Luberon nella Regione Paca, alla zona vulcanica della Garrota e al Parco del delta del fiume Ebro nella Catalogna. Invita tutte le Regioni presenti a prendere spunto da questa iniziativa già in atto e dichiara piena collaborazione per la nuova rete.

JOAN CARLES VILALTA - *Regione Catalogna (SPAGNA)*

In Catalogna vediamo sempre l'Europa come il nostro luogo di nascita. In Spagna vi sono pochi territori nati direttamente dall'Europa, la Catalogna è uno di essi ed in buona parte l'Europa è un obiettivo, è sempre un punto di riferimento per i catalani. In Catalogna si possono criticare, si possono discutere molte cose, l'Europa non si discute mai. L'Europa è il nostro vero punto d'appoggio ed il nostro futuro. Per noi è una grande soddisfazione poter partecipare alla costituzione di questa rete insieme alla regione PACA ed alla Toscana, precisamente perché siamo tre regioni europee "a turismo maturo". Vogliamo lavorare nel turismo sostenibile, e vi parlo adesso nella mia veste di Direttore Generale del Turismo della Catalogna, come rappresentante del Governo della Catalogna. Fino a un certo punto sono stufo che vengano a vendermi i progetti sempre con la "coda" di sostenibile: tutto è sostenibile, tutto lotta contro la devastazione dell'ambiente, tutto giustifica la parola sostenibile. Ma cos'è veramente sostenibile? Sostenibile è soltanto quello che contribuisce a mantenere la natura? Sì, ma non solo. Sostenibili sono anche i carichi che può ricevere un punto del nostro litorale; certo, ma non solo. Sostenibile - e vi parlo da persona che è stata legata al mondo sindacale per molti anni - è ottenere migliori condizioni di lavoro. Sì, ma non solo. Pertanto definire questi indicatori e queste questioni, definire ciò che veramente è il turismo sostenibile rappresenterà per noi la possibilità di continuare a mantenerci l'Europa come destinazione leader mondiale e, al tempo stesso, continuare a crescere.

In Catalogna abbiamo fama di guardare continuamente all'aspetto economico di tutte le cose, di cercare sempre un profitto economico. E' il nostro modo di fare, precisamente per il fatto che spesso siamo stati trascurati dallo Stato, abbiamo dovuto svegliarci e cercare il nostro sviluppo economico. Crediamo che anche la sostenibilità sia una grande possibilità economica perché se depauperiamo e deprediamo le nostre destinazioni turistiche rischiamo di farle scomparire. Non possiamo più competere sul prezzo, e molte volte neppure sulla bellezza, oggi i low cost permettono di raggiungere delle destinazioni che anni fa erano impensabili per molte persone. Pertanto la sostenibilità contribuirà a far sì che possiamo continuare ad essere come europei la prima destinazione turistica mondiale come lo siamo oggi. Ma la sostenibilità è anche - e vi ricordo che noi catalani abbiamo fama di essere fenici, di essere mercanti - una risorsa e un mercato da offrire e vendere; e sappiamo tutti che ci sono molti emittenti turistici ricettivi a questo tipo di messaggio che noi inviamo e che invieremo attraverso la nostra rete. Come accennato prima, siamo tre destinazioni turistiche mature in una zona molto concreta, in un arco mediterraneo. E' per me una grande soddisfazione che almeno una volta anche la politica europea in un modo o nell'altro si tracci una linea che parte dal Sud, perché molte volte dal Sud ci arrivano le linee tracciate dal Nord, e la realtà dei paesi riceventi non è la stessa dei paesi emittenti: e a questo deve contribuire anche questa rete per un turismo sostenibile. Come accennato prima, riteniamo sia importante fissare linee guida per il turismo sostenibile. Il turismo sostenibile sarà d'aiuto per singolarizzarci, per mantenerci tali e quali siamo oggi, perché questa è la sostenibilità. E ci servirà anche per recuperare ciò che noi chiamiamo "intangibili", quelle cose di cui non sentiamo la mancanza finché non sono sparite. Recuperare chi siamo, la nostra storia, il nostro modo di essere e di vivere e farli diventare risorse. Molte volte siamo stati criticati perché quando parliamo di innovazione che deve aiutare il turismo sostenibile, non la vediamo come un'innovazione puramente tecnologica. A volte in questo mondo di macchine in cui viviamo ci rovina pensare che l'innovazione sia semplicemente tecnologia, avere un sito web o poter vendere il nostro prodotto turistico attraverso internet. Spesso l'innovazione è semplicemente immaginazione, è riuscire a scoprire quali segmenti, quali nuovi mercati possono contribuire a mantenere quello che già abbiamo. Noi usiamo spesso una parola tratta dal mondo dei supermercati, una cosa molto semplice come il "marchio del supermercato". Quando in Catalogna vendiamo le Strade del "Cister" (abbazie cistercensi), siccome i conventi cistercensi esistono in tutta l'Europa come possiamo venderli se ce ne sono dalla Svezia fino all'Andalusia? Possiamo vendere conventi cistercensi al turista francese che viene

alla Costa Dorada e che forse nel suo Paese ha dei conventi migliori dei nostri? Cosa aggiunge valore ai nostri grandi monasteri cistercensi? Il fatto che al loro interno custodiscano le tombe della famiglia reale d'Aragona: questo è quanto dobbiamo vendere. Molte volte questa particolarità è innovazione. E' un'innovazione molto semplice che non ha bisogno né di un enorme investimento né di uno sforzo enorme. Si tratta semplicemente di giocare su quello che abbiamo approfittando di quello che già possediamo, e di scoprire e di far conoscere quello che già abbiamo. Come accennato prima, per noi è un grande onore poter partecipare al lancio di questa rete che sottoscriveremo ora. Inoltre vorrei manifestare la disponibilità e l'impegno sia della mia Direzione Generale sia del Governo della Catalogna nei riguardi della nascente rete per un turismo sostenibile, ed invitarvi alla prossima riunione che avrà luogo il giorno 15 febbraio a Barcellona.

LAURENT GREFFEUILLE - *Regione PACA (FRANCIA)*

Dopo queste parole molto "federative", l'iter proposto dalla Commissione ci incoraggia ad agire a livello di regioni che si mobilitano con tre partner e un avvio molto importante. Da ieri vi sono stati numerosi appelli a intraprendere azioni concrete, a fare in modo che tutto l'iter di mobilitazione proposta e di filosofia elaborata possano tradursi in concreto - è la volontà espressa da voi tutti da due giorni a questa parte. Credo che questa volontà sia anche oggetto di obiezioni da parte di alcuni, si appoggia su obiettivi come quelli ricordati da vari uditori e da voi tutti, si traduce con metodo nel lavoro - e questa era una richiesta di alcune regioni. Numerose proposte sono state fatte in questi due giorni dagli uni e dagli altri partecipanti, e tutto questo deve arricchire un autentico metodo di lavoro che possiamo proporre. Questo metodo consiste indubbiamente in un lavoro preliminare sullo stato dei luoghi, uno stato che esiste in ciascuna delle nostre regioni e che deve partire dall'osservazione, dalla vigilanza, dall'individuazione di indicatori e risultati. Il secondo punto metodologico è la mobilitazione e la sensibilizzazione dei partner di questi iter: rappresentanti di imprese, di settori, di lavoratori dipendenti, di popolazioni o di territori. Dal punto di vista del turismo, è evidente l'importanza di lavorare sugli attori in gioco, che fanno vivere il turismo e fanno sì che i turisti siano accolti nei territori e presso determinate popolazioni. Questo spirito di mobilitazione e di sensibilizzazione deve dunque tradursi in spirito di responsabilità da parte di questi attori. Il terzo punto metodologico è la dimensione innovativa dell'iniziativa, cioè l'energia degli uni e degli altri per trovare i mezzi per uscire dai sentieri battuti e proporre iniziative innovative in rapporto agli obiettivi ricordati, alcuni dei quali possono essere precisati malgrado le sfide presenti. Si è vista, ad esempio, la difficoltà della gestione dei flussi nel tempo e nello spazio, l'attenzione alla dimensione sociale e umana dell'attività turistica, che poggia su uomini e donne concreti. Queste poche parole sono per ricordare il messaggio del Presidente Vauzelle alla Regione Toscana, alla Regione Catalogna e alla Commissione relativamente a questo punto. Sempre in termini metodologici, vi è l'iniziativa di raggruppamento dei mezzi, cioè di una rete prima di tutto tra regioni, con partner in funzione delle loro competenze, della loro mission per una migliore efficacia e di distribuzione dei ruoli. Devo dire che, dopo la Toscana e la Catalogna, sarà per noi un piacere proporre di ospitare una terza conferenza Euromeeting in Provenza Alpi Costa Azzurra nel settembre 2008.

PAOLO COCCHI - *Assessore alla cultura, al turismo e al commercio, Regione Toscana*

Interviene prima della fase conclusiva, quando sarà firmato il documento sulla nuova rete.

Paolo Cocchi affronta il problema del turismo sostenibile partendo dal presupposto che esso deve essere considerato l'industria del futuro, come peraltro ribadito da Francesco Rutelli, Vice Presidente del Consiglio con delega al Turismo.

Constatate infatti che il turismo, se fosse uno stato, occuperebbe il quinto posto come produttore di anidride carbonica, rende l'idea di come questo settore debba essere tenuto sempre di più sotto controllo, governato.

Paolo Bongini sottolinea che il turismo non è solo promozione, ma è anche una questione che rientra nell'Agenda della sostenibilità, e nei problemi da monitorare come effetti della globalizzazione.

Lo sforzo per indirizzare il turismo verso la sostenibilità deve partire da tutti, dalla Commissione, che si occuperà delle manovre finanziarie, fino alle istituzioni a livello locale.

L'assessore propone tre linee di indirizzo:

1. affinare modelli e metodologie di analisi, come ribadito dalla Regione Paca;

2. scambiare buone pratiche, esibendo i risultati raggiunti dalle mete turistiche che investono sulla sostenibilità:

3. intervenire dove il turismo presenta livelli insostenibili, coinvolgendo gli attori locali. Città come Firenze, Pisa e Follonica sono letteralmente aggredite dal turismo internazionale; risolvere il problema alla radice diventa difficile, perché questo viene ostacolato dai ceti che dal turismo selvaggio ne traggono vantaggi economici.

È necessario pertanto parlare in termini culturalmente più elevati e la rete potrà sicuramente aiutare in questo senso. Paolo Cocchi afferma che il primo sbaglio da evitare è trasformare progetti di cambiamento concreto in sola promozione turistica una volta che questi vengono calati nel contesto locale. In conclusione l'assessore solleva la questione legata alla finalizzazione delle risorse: la Toscana nei prossimi anni avrà circa 60 milioni di euro da investire nel turismo. Una tale risorsa deve essere utilizzata per la costruzione di infrastrutture pubbliche per il turismo sostenibile. Paolo Cocchi si augura infine che nel nell'appuntamento di Barcellona fissato per il 15 febbraio, si possa avere un confronto ravvicinato con i colleghi della Regione Poca e della Catalogna, per affinare modelli e metodologie di analisi adeguati.

<<<<<< O >>>>>>

A fine sessione, parte la procedura per la firma collettiva del protocollo che prevede il progetto di una rete europea del turismo sostenibile e competitivo, chiamata Necstour. Si tratta di uno strumento fondamentale per la condivisione di un percorso attuativo tra un gruppo di regioni, autonomie locali, stati membri e Commissione europea, ma anche con l'universo delle imprese, delle forze sociali e dei consumatori. Di questo progetto si sono fatte promotrici la Toscana, la Catalogna, e la regione Poca. Paolo Bongini cede la parola a Paolo Frosini, che chiama tutti i firmatari delle 15 regioni e dei 21 organismi (istituzioni internazionali, università e istituti di ricerca, associazioni di categoria e sindacati) che hanno aderito alla rete.

REGIONI

- Nils-Arvid Andersson - *Coordinatore, Destinazione Söderslätt, Regione Skane*
- Malcom Bell - *Chief Executive, South West Tourism, South West England*
- Marina Cancellara - *Dirigente del Settore Turismo, Assessorato Turismo Regione Puglia*
- Paolo Cocchi - *Assessore alla cultura, al turismo e al commercio, Regione Toscana*
- Jean Louis Dieux - *Presidente della Commissione sul Turismo, Regione PACA*
- Monica Figuerola - *Direttrice Generale, Direzione Turismo della Regione La Rioja*
- László Francsics - *Direttore, Agenzia di Sviluppo della Regione Nord Ungheria*
- Rainer Jelinek - *Capo Unità, Dipartimento Sviluppo del Turismo, Ufficio turistico dell'Alta Austria*
- Maria Teresa Locci - *Assessorato del Turismo, Regione Sardegna*
- Luminita Mihailov - *Direttrice, Agenzia di Sviluppo della Regione Sud Est Romania*
- Eric Nanchen - *Direttore Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile delle Regioni di Montagna, Regione Valais*
- Lars Nordström - *Consigliere e Componente della Giunta Regionale, Regione Västra Götalands*
- Antonino Prizzi - *Regione Sicilia*
- Jaroslav Tešliar - *Direttore, Agenzia per il Sostegno dello Sviluppo della Regione di Kosice, Est Slovakia*
- Joan Carles Vilalta i Serrano - *Direttore Generale del Turismo, Generalitat Catalogna*

ALTRI ORGANISMI

- Maria Pia Bertolucci - *Presidente Nazionale, Centro Turistico Giovanile (CTG)*
- Sorina Capp - *Institut Européen des Itinéraires Culturels*
- Giovanni Antonio Cocco - *Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART)*
- Antonio Colombo - *Direttore Generale, Federturismo-Confindustria*
- José Correya - *Sindaco della Città di Tavira*
- Maurizio Davolio - *Presidente, Associazione Italiana Turismo Responsabile e Legacoop Turismo*
- Giovanna De Grassi - *Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo*
- Luigi Gallo - *Direttore Progetti, Sviluppo Italia*
- Vincenzo Gervasio - *Vice Presidente Commissione Politiche del Lavoro e dei settori produttivi e Coordinatore GDL turismo, Comitato Nazionale dell'economica e del lavoro*
- Gabriele Guglielmi - *Presidente, ETLC, Sindacato Europeo Comitato sul Turismo*
- Vlastra Klarić - *Gruppo Turismo Culturale, Camera di Commercio, Croazia*
- Jean Pierre Martinetti - *Delegato Generale, la Città della Cultura e del Turismo Sostenibile*
- Lanfranco Massari - *Presidente, FederCultura Turismo Sport-Confcooperative*
- Betina Meliss - *Coordinatrice, Agora Network Sviluppo sostenibile del turismo nella Regione Mar Baltico*
- Lars Nordström - *INTERCOM gruppo per il turismo sostenibile nella Conferenza delle Regioni Periferiche Marittime (CRPM)*
- Paolo Petrucci - *Presidente Sede Toscana, Ente Nazionale Sordi*
- Cesarino Romani - *Assessore all'Ambiente e Politiche dello Sviluppo sostenibile, Provincia di Rimini*
- Marco Sala - *Centro Interuniversitario ABITA*
- Joanna Szelag - *Direttrice delle Relazioni internazionale, Città di Lublino*
- Norberto Tonini - *Presidente, Ufficio Internazionale del Turismo Sociale*
- Fabio Zecchini - *Presidente, Associazione Ville Venete*

Durante la cerimonia di chiusura Paolo Frosini precisa che Monica Figuerola, Antonio Colombo, Luigi Gallo, Vincenzo Gervasio e Johanna Szelag non erano presenti al momento della firma, i quali, per motivi di orario, sono dovuti andarsene con anticipo ma hanno ugualmente dato la loro adesione al protocollo.



GRUPPO DI LAVORO COMMISSIONE EUROPEA
TOURISM SUSTAINABILITY GROUP
PLENARY MEETING

List of participants

ALBERTO PINTO Carlos	<i>Association européenne des élus de montagne (AEM)</i>
ANDRIKSONE Aira	<i>Director of Tourism Department Ministry of Economics of the Republic of Latvia</i>
BELL Malcolm	<i>South West Tourism</i>
COCCOSSIS Harry	<i>Special Secretary for Strategic Planning of the Greek Ministry of Tourism</i>
D'AMORE Lucio	<i>Presidenza del Consiglio – Dipartimento Turismo</i>
EHRlich Klaus	<i>European Federation of Farm and Village Tourism (EuroGites)</i>
ERIKSEN Jan	<i>Foundation for Environmental Education and the Danish Outdoor Council (FEE and DOC)</i>
FLYNN Nathalie Ann	<i>HOTREC</i>
FOTIOU Stefanos	<i>UNEP - Tourism coordinator</i>
GUARDIET DE VERA Maria	<i>Regional Ministry for Tourism (PROMOTUR) Gobierno de Canarias</i>
HERNANDEZ MAGAN Miguel	<i>CONSELLERIA DE TURISMO DEL GOVERN BALEAR Govern de les Illes Balears Conselleria de Turisme Instituto de calidad turística (INESTUR)</i>
HOWALD Kerstin	<i>European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions Tourism Sector Secretary</i>
LANE Peter	<i>Tourism Site-Network for the sustainable development of tourism destinations in Europe</i>

LANGE Maxi Bettina	<i>Municipality of Calvia, Mallorca, Balearic Islands, Spain</i>
MANNAERTS Yves	<i>International Road Transport Union (IRU)</i>
MARTINETTI Jean-Pierre	<i>Tourism Development Agency of Alpes de Haute-Provence</i>
MEYER Michael	<i>Central and East European Web for the Enhancement of Biodiversity</i>
MIHALIC Tanja	<i>President of the Foundation For Environmental Education, Slovenia and Professor for Tourism at the Faculty of Economics, University of Ljubljana</i>
MISOKOVA Cynthia	<i>EU Affairs & Policy Development Ministry for Tourism and Culture</i>
MUXEL Ludwig	<i>Association of Austrian Municipalities (AAM)</i>
PENITZ Renate	<i>Federal Ministry of Economics and Labour</i>
PILS Manfred	<i>International Friends of Nature</i>
POWER John	<i>Tourism Marketing and Impact Assessment, Department of Arts, Sport and Tourism</i>
PUNZO Lionello	<i>Regione Toscana, DG Sviluppo Economico, Area di Coordinamento Politiche per il turismo, and Osservatorio per il Turismo Sostenibile, UNISI</i>
REMMERS Germaine	<i>EUROCITIES</i>
RETI Agnes	<i>Bureau international du tourisme social</i>
RICHARDS Keith	<i>Association of British Travel Agents (ABTA)</i>
RODRIGUES Apolonia	<i>Região de Turismo de Évora</i>
ROSSI Patrizia	<i>Federation of Nature and National Park of Europe (EUROPARC) v</i>
SCHLEE Maria	<i>UK Department for Culture, Media & Sport, Tourism Division</i>
THYKIER Lars Peter	<i>Association of Danish Travel Agents and Tour Operators (DRF)</i>
VAN GINKEL Kees Jan	<i>The EuroCouncil of the Alliance Internationale de Tourisme and the Federation Internationale de l'Automobile</i>
CABRINI Luigi	<i>UN-WTO World Tourism Organisation Department of Sustainable Development of Tourism</i>
ZÁHONYI Tamás	<i>General Secretariat of the Council of the European Union – Hungarian Language Unit</i>
DENMAN Richard	<i>The Tourism Company</i>



Regione Toscana
Diritti Valori Innovazione Sostenibilità



eurommeeting
sviluppo del turismo sostenibile



16 - 17 NOVEMBRE 2007



ALCUNI INTERVENTI DEL 16 E 17 NOVEMBRE IN LINGUA INGLESE

**Some Speeches in English
of November 16 and 17, 2007**

I apologize for not being in Firenze which I visited in 2003 for the "Basic Orientations for the Sustainability of European Tourism" discussion

I would like to thank the Tuscan Region for organizing this event, the other regions attending (some of which are planning to hold similar conferences next year), and the representatives of the European regions who will be joining the European network for sustainable competitive tourism to be launched formally tomorrow.

I am pleased that Tuscany has decided to webstream this event live on the internet following the example of the Algarve Forum.

This is the first initiative after the adoption of the Commission's Communication on the Agenda for sustainable and competitive European tourism and its formal and political launch at the Forum in the Algarve. By the way, on our website you can see the main events which took place there. The Commission has made a long term commitment to define and launch a European Agenda 21 for sustainable European tourism, with the support of other European institutions such as the Council of Ministers, the European Parliament, the Economic and Social Committee and, hopefully, soon the Committee of Regions.

The Communication is based on the report of the tourism sustainability group and takes into account the results of the consultation we carried out this year. It focuses on the direct links between sustainability and competitiveness. In fact, economic, social and environmental sustainability are key factors for the long term competitiveness of the destinations, the welfare of their populations, the creation of employment and the preservation and enhancement of our natural and cultural heritage and assets. Therefore the main challenge is to remain competitive whilst embracing sustainability. We are convinced that by integrating sustainability concerns in their activities, the tourism stakeholders will protect the competitive advantages that make Europe the most attractive tourist destination in the world.

I shall summarize the core elements of the Agenda in order to facilitate its implementation by all relevant stakeholders. It offers a conceptual framework that builds on the report of the TAC experts. It confirms that prerequisites like safety and security should continue to be met. It sets out the main objectives and principles for competitive and sustainable tourism and highlights the current challenges. We think that implementation should be supported by appropriate public and private policy in three main fields.

Firstly, sustainable destination management. This is crucial for tourism development which requires an efficient structure at destination level where partnership and effective leadership are facilitated by the stakeholders. It should take into account and embrace instruments like special land use planning decisions and investment in infrastructures and services. This is very important for new or emerging destinations, in particular those belonging to the 12 new European member states. I hope that the speed of the evolution and growth in their tourist destinations does not lead to uncontrolled development and I am sure they can learn from the errors of some destinations in the former European Union. I think that different networks should be opened up as soon as possible to those new member states.

The second element refers to businesses. Europe needs businesses to integrate sustainability concerns in the way they think and act. This means they should develop more sustainable and responsible practices which are also promoted amongst the small and medium enterprises that are the core part of the tourist industry.

The third and final element refers to the tourists themselves. We are all tourists and we need to be aware of sustainability. The leisure and business market should focus on more responsible and ethical practices which can influence travel choices.

The Agenda also addresses all the actors playing a role in European tourism and asks for a contribution from the European Commissioners.

We will contribute to the implementation of the Agenda by mobilizing the European actors to produce and share knowledge and experiences in promoting sustainability practices. This is why we are supporting initiatives like this one which is a very good example. We support local and regional engagements through networks committed to sustainable destination management. We hope these initiatives will be multiplied and interconnected to take advantage of the different experiences around Europe. Within the limits of our resources we will try to stimulate the attention of those actors who create knowledge about tourism. You have mentioned St. Charles University and institute, public and private observatories. We are aware of the existence of other networks and would encourage them to build up a knowledge platform on tourism sustainability.

Tourism is also about mobility, in terms of the tourists themselves as well as the people employed in the sector. We think a flexible and mobile work force is essential for the balanced development of tourism in the European Union. We intend to strengthen the collaboration with and between member states by

making better use of the annual reporting of the Tourism Advisory Committee, facilitating the exchange of information and good practices and highlighting the actions which are most successful in promoting and safeguarding the sustainability of tourism.

Finally, a word about the other international organizations which are involved in such issues, in particular the UN world tourism organization, which is already very active in this field and present at your meetings today and tomorrow.

Another field of action is the promotion of Europe as a set of destinations of excellence. At the last European tourism forum we gave an award to the best emerging rural destination. Next year, there will be a ceremony for local heritage in tourism. The feedback for the first phase of this initiative was very good. We would like to investigate how we could all - public and private bodies - reinforce the image and perception of Europe as a high quality tourist destination with a high level of sustainability and we will work with the European Travel Commission to reinforce the European tourist destinations portal.

We also need to improve the mobilization of EU financial instruments. Next year concrete events will be held to explain to the stakeholders how to take advantage of the financial instruments available. We are thinking, in particular, of including sustainable tourism in all three objectives of the European regional development funds. As you know, access to these regional funds is basically done at regional level and we hope all European regions will make tourism one of the priorities in getting access to these funds. Finally, we will continue to mainstream sustainability and competitiveness in all the Commission's policies which have an impact on tourism, such as environment, transport, employment, research, etc. I should remind you that next week the European Council of Ministers will formally welcome the Communication and invite all stakeholders to cooperate in its implementation. We hope that events like this meeting and the work developed in the network that is being formally launched tomorrow will be successful in increasing membership and facilitating existing synergies. I hope we will all be able to efficiently promote the sustainable competitiveness of European tourism which will be incorporated in the new European Union Treaty to be ratified by all member states before the end of next year, coming into force in 2009. There is a big challenge in front of us and I wish you all every success in your work today and in the coming months.

JOHN WINTON - *ECTN Rete Europea Turismo Culturale*

It is impossible to talk about cultural tourism without embracing sustainability.

My background is mainly in higher and further education, and I have been involved in the cultural tourism partnership in Wales and across Europe. There is no doubt that cultural tourism is an economic and social driver. I will give an overview of why cultural tourism is so important for Europe, why a network is needed, what ECN has achieved to date and its potential future role.

Tourism is a big business in Europe, the number one destination for international tourism flows. It is the major source of employment, bringing in as much as twelve million pounds according to one estimate. Cultural tourism is one of the fastest growing sectors. According to the World Travel Organization, 37% of all trips have a cultural element. A survey of overseas visits to Wales in 2000 identified that 85% had visited a heritage site. Recent research published in the 2000 edition of "Tourism", the journal of the UK tourism society, confirmed that heritage and culture provided the single biggest draw to Britain today. The socioeconomic trends are favourable to the future growth of cultural tourism. We have an increasingly affluent ageing population which is highly educated with a desire to engage in lifelong learning. However, cultural tourism is rooted in the country. Whilst tourism depends upon culture, a country's culture will continue without tourists and we need to embrace that aspect. Research tells us that visitors seek authentic experiences involving the indigenous people and local culture. Europe has 300 out of the 812 world heritage sites. The growth market for European tourism is likely to be from China, India and the Pacific nations. Cultural tourism certainly contributes more and better jobs, bringing an increasing number of women and people aged over 55 into work, creating an adaptable workforce with better education and skills. By its very nature, cultural tourism increases understanding between nations and cultures. Last year someone described tourism as the opposite of war, in war you go into a country to overtake it, with tourism you let the country take you over. Lifelong learning should begin in the local community. More knowledge of one's own culture leads to greater confidence. We have seen this recently with the emergence of smaller states from under the shadow of a bigger neighbour, the Balkans, the Baltic States and devolution in the UK are examples of this.

The challenges for cultural tourism include destination and site management, the protection of cultural resources from the negative impacts of tourism, the enhancement of indigenous culture and offsetting

of the effects of globalization. Recently I saw a bus at a tourist site in Wales with a guide who didn't understand the nature and culture of the place but used information obtained from the internet or guide books and ended up giving a "pastiche" of what that place was!. It is essential for sustainability that we involve local people and ensure that as much as possible of the wealth generated by cultural tourism goes to help conserve the cultural heritage and support present and contemporary culture, making certain that the local people benefit and not multinational corporations. This is also a big challenge for emerging nations.

The European Cultural Tourism network is the only one that brings together professionals from both the tourism and cultural industry to share and develop experience, expertise and best practice. It is the only network prepared to address the full breadth of cultural tourism, working with private operators and the public sector and in the voluntary sector. It was launched in Brussels in 2003 in order to facilitate trans-national working, to improve cooperation and integration between the tourism and cultural sectors, to develop common positions to EU consultations and to link with other networks. Progress to date: an annual conference has been held every year since - Barcelona in 2004, Cardiff in 2005, Gothenburg in 2006. The Cardiff declaration was that cultural tourism should be founded on quality and authenticity. There is a danger in an industrial nation like Wales of focusing on everything that has happened since the industrial revolution, whereas Wales did exist before 1860. It should be based on a better understanding of visitors' needs, offering a quality, authentic overall experience. Cultural tourism destinations should only be developed with the direct involvement and support of the host communities and cooperation between all stakeholders.

The Gothenburg declaration reiterated a lot of the above:

- involvement of the local community;
- the need to raise the profile of cultural tourism;
- the need for academics and practitioners to work closely together and for people doing research in different ways on the same subject to be brought together;
- the need to encourage those working in cultural tourism to learn about the local community from direct experience;
- the need for close cooperation between policy makers, practitioners and academics to effectively develop cultural tourism, the transport system and the planning system;
- the sourcing of materials to build places - recently I stayed in a hotel in the UK where nearly all the resources had been sourced in the United Arab Emirates, nothing locally - those instruments can be used to ensure that the culture and economy of a region is encouraged to grow;
- to stress the vital role of cultural tourism in promoting peace and understanding between cultures.

So far, the ECTN has contributed to the General Enterprise Tourism unit network and study and, in 2005, a presentation was made to the Luxembourg presidency, at the cultural tourism conference, and the UK presidency asked us to take forward the declaration on cultural tourism.

The second annual conference in Cardiff, attended by 140 delegates, became part of the UK presidency event. In November 2006, the conference in Gothenburg was attended by over 200 delegates and a report was presented on best practice in developing cultural tourism. Thematic workshops have also been held in Italy, Spain, Hungary and Finland on creative culture, industrial heritage, gastronomy and minority languages.

We have links with other networks: European Roots of Industrial Heritage, the North Sea Commission, the European Youth Hostel Association, Atlas, the Association for Higher Education Lecturers and Teachers in Tourism and Europa Nostra.

We continue to raise the profile of cultural tourism, in particular, sustainability, improving the evidence base through trans-national research projects and developing practical tools to improve its management, development and promotion. We are exploring the potential for a destination management system building on the integrated quality management approach and using benchmark techniques. There is no doubt that while we have to be competitive, we have to ensure that this increases quality rather

than “dumbing it down” - quality is what visitors require and demand and we should be providing it at all levels. As a result of the growing movement of workers between countries, we have to develop and promote the local, indigenous culture. How do we cope with workers coming in from other countries, taking vital roles in our tourism industry, who are only there for a short time? In the future the ECTN will have a central coordinating board, a research group working with further and higher education institutions, sharing research with staff and students and with the tourist boards working in those areas. It will also have a practitioners’ group of destination managers, cultural providers and marketing people.

All of this fits closely with Agenda 21 which will be coordinated by the policy group who will utilize the research and experience of the other two groups to raise the profile of cultural tourism, influence the policy agenda and respond to consultations by European institutions.

In the future, the ECTN will be a membership organization. More information is available on our website. Finally, you are invited to our fourth annual conference about developing excellence in cultural destinations next week in Barcelona.

Question:

We are happy to hear about ECTN but we are meeting today to set up a network of regions that want to apply the criteria of sustainability. How can your network help this very important task?

Answer:

Next week’s conference in Barcelona will address the issue of sustainability and one of the reasons we were invited was to hear what people are saying about this so that the issue can be placed at the top of the agenda. As far as practical help is concerned, that needs more thought and consideration.

OSSIAN STIERNSTRAND - *CEEP Centro Europeo delle Imprese a Partecipazione Pubblica e per lo sviluppo economico*

I represent CEEP which is one of the three social partners recognized by the European Commission. We represent the enterprises and employers organizations with public participation, especially at a local and regional level, and enterprises of general economic interest, whatever their legal ownership. We have organized a tourism platform within the CEEP, a committee, and have representatives from the national CEEP. I represent KFS, the Swedish association for local public government organizations and companies. We meet 5-6 times a year in Brussels to see how we can make good contributions, share knowledge and pass it down to local companies in each nation and region. Our objective is to promote sustainable cultural tourism, exchange experiences and information and represent our small local partners, companies, local government etc. We lobby on EU policy which affects tourism. We believe public-private partnerships should be improved. Within the tourism platform we try to create common opinions with different partners and other European networks, to strengthen our policy papers. This involves invitations to and participation in various events. Anyone can be a member of this network but should be appointed by a CEEP member. We represent many small local companies and organizations. We fully support this regional network and might be able to help the regions get in contact with small local suppliers.

THOMAS HOLSON - *CRPM UNITA’ TURISMO CE*

I come from Gothenburg where the Agenda for sustainability was set up 6 years ago by the European Union with an emphasis on social, economic and environmental growth.

Today we are presenting the CPMR (Conference for Preferred Maritime Regions) which was set up in 1973 to guarantee a greater involvement of regions in Northern European integration, in the light of the disparities in competitiveness between central Europe and its peripheries, and the insufficient enhancement of Europe’s maritime dimension.

There are many strong tourism regions within this organization and it could offer a very good basis for experiments and discussions about how to increase sustainability. It aims to influence the European Agenda on behalf of the regions and sometimes works against and through the member states. We try to lobby the European Commission, Parliament, Council and regions. We intend to enhance the maritime dimension and exploit the benefits of being close to Europe’s citizens.

The regional policy focuses on promoting the competitiveness of sea basins, in order to compensate for

the disadvantage of being located far away from central Europe.

The sea is the main factor for us and the threat of climate change emphasizes the need for these regions to act in a sustainable way. We need to find a role for the regions in a future integrated maritime policy, through inter-regional cooperation, guaranteeing cleaner, safer sites for coastal regions, promoting a coordinated and sustained official management of energy, agriculture, rural development, governance, helping to establish an efficient territorial dialogue and external cooperation, expressing the opinion of maritime regions worldwide.

Two years ago we decided to set up a special sustainable tourism group in order to create a strong new “playground” for developing sustainable tourism and to make sharp, precise recommendations for the EU system. The group management is shared jointly by my own region and by Sicily which is an interesting form of governance and a good way to share experiences from the north and the south. I think CPMR will be interested in participating in this network on an EU level.

The tools are basically the national networks, so when we meet in Brussels we are focusing on sharing knowledge and best practices. We organize national and local conferences. We hold a smaller national meeting in Sweden to which we invite a lot of Swedish companies and regions. We bring in the best examples from other European countries and explain what they have done. We do this also at a regional level to see if there are any good practices that could be implemented. The only tool we have is the knowledge and engaged people that try to communicate and get across their best practices.

When it comes to having a say in EU policy, one example is the role and problems of water. In Scandinavia, for instance, we have an oversupply of water whereas Spain has too little. We can study the problem and see how we can help each other. So dialogue is important, but in the end the local players have to find ways to turn this knowledge into action. It is not easy but it is possible.

MALCOM BELL - *Sud ovest Inghilterra (Regno Unito)*

To answer Franco’s question about the network, there are two areas. There is the area of strategy and the need for people doing strategies to meet and talk, but that is useless unless the people working on the ground can network. I would like to see a network where people not only talk about strategy but can meet to exchange good ideas and re-energize each other, to strive forward and deliver this agenda rather than just talk about it.

I want to give you some examples from the south west of England which is Britain’s number one holiday destination with around 26 million visitors and a 10 billion Euro tourism economy. We have had pilot projects focusing on green accreditation in the UK and even have a town which is trying to come up with its own money in a barter exchange system to deliver real sustainability and deny the tax man some money!

The tourism authorities had been interested in sustainability or “green tourism” for 20 years but it really came through when we looked at a report which showed that 80% of visitors to our region came because of the quality of the local environment. The research also showed that the people and the communities of the region add to the visitor experience and the visitor can add to the community experience.

However, in the last three years attention has been focused not just on local environmental and community issues but also on the whole issue of global and climate change. I have never seen an agenda move so quickly from being marginal to mainstream as a discussion topic. Three years ago our regional strategy seemed ambitious but now we are re-writing it because it seems un-ambitious and that is surprising. You only have to look at the media to see how things have moved. Ten years ago anybody involved in green tourism was a “tree-hugger”, as we say in the UK, not serious, just really loving the environment, a hobbyist, but in the last year we have become very mainstream, appearing on TV and being nominated for and receiving Nobel prizes. It is not just a political agenda, we have a top retailer in the UK which looked at the green agenda and decided they didn’t want a range of green products, they wanted to be a green company. This made us realize that we need to move towards green destinations rather than some green businesses in each destination.

Likewise, looking around Britain and the US, in the main retail sector people have moved a long way towards understanding that the consumer has changed and is looking for suppliers to deliver a wholesome product, moving from a political to a commercial agenda.

However, there are still many who accept the issue but accuse us of “green wash” and symbolism and not real action. So anything that is undertaken has to be true and deliver on the agenda. The product everybody is looking for is a 100% guilt-free holiday. They don’t necessarily want to go out of their way or be “eco warriors” they just don’t want to feel guilty about having a holiday. The market is there for us

to develop that product and deliver it for them.

The three priorities of our regional strategy were driving up quality, destination management and sustainable tourism. When we re-write the strategy there will be just one topic, sustainable tourism. We will pick up the 9 challenges that were in the TSG report as there is only one agenda now, we must deliver quality and inclusiveness through sustainability. We live and die by the principle of a happy visitor, a profitable industry, a community that accepts and welcomes tourism, and an environment that is managed and improved.

Recently we concluded the first big survey of community attitudes to tourism. Normally we ask if people think tourism is good for the area and 96% of people in our region think it is. There were a lot of statistics but some of them offer a warning for anybody on a tourist board: 70% of the community in the south west thought tourism made their area more lively, fun and a better place to live, 50% enjoyed meeting visitors, and 20% actively went out of their way to socialize with visitors. My region aims to be an example of sustainable tourism but we still have a long way to go. Working with the TSG has been an interesting experience, both exciting and frustrating. It is important to realize this is a new area and we are often surrounded by people who don't fully understand what we are doing. So it is a good idea for regions and staff to be involved in sharing their experiences, learning from each other, particularly to develop and innovate together - which can be dangerous at times, if you get it wrong!. Most importantly, it is necessary for people working at the forefront to get the energy and inspiration from each other to drive on so they don't lose the momentum in an often critical world that says sustainability isn't really an issue when we all know it is. I am delighted to commit the south west of England region to this network.

NEIL WARREN - *Sud ovest Inghilterra (Regno Unito)*

I think we should share both good and bad experiences so I want to be honest about our experience over the last 2 ½ -3 years and tell you what worked and where we still need to do more.

When I started in south west tourism 2 ½ years ago, the tourism strategy had just come out and the organization decided to employ someone who could focus on sustainable development. At the beginning there was no detailed plan but just a handful of dedicated businesses and lots of partners who were very keen to be involved. This was an advantage and a disadvantage as a lot of my time is spent coordinating those partners, but we also have lots of enthusiasm. Most people agree with the principle of sustainability but we have problems when we start going into the details.

Here are some of the most common problems: the first is people's understanding of sustainability. It can be a problem when they say sustainability is very important and we don't want it to be separated, so it should cut across everything. What happens then is that it is included at the start of a document and then it just disappears.

Secondly, we have to protect the environment that attracts the visitors. There are so many challenges with the global environment that if we only talk about the local environment we are missing one of the biggest impacts of tourism and need to address that. People often talk about doing different things but state that this must not be at the expense of the economy. Instead we need to be talking not so much about balancing those different factors but how we achieve those social and economic goals within the environmental boundaries. In this way, we are reflecting the national sustainable development structure and this is both an important shift forward and a challenge in terms of how we achieve that.

We also have to avoid the situation where these activities are "bolted on" but have a separate agenda and activities. They need to be "built in" but without disappearing. There is often the problem that things are someone else's responsibility. People either deny the problem exists or despair saying "I can't do anything about it, it must be someone else's responsibility". Recent UK research shows that consumers are aware of these issues but feel they have little responsibility or ability to change things. We need to change this situation around so people feel they can do something about these big issues. It is dangerous to believe that one solution can fit all. We need a range of different solutions and different activities to make this work.

Finally, one thing that has come through clearly in this past year is the problem of poor communication between businesses and visitors. Businesses are concerned about "shouting" at their visitors, as a result, they say nothing at all and we lose the opportunity for them to say what they are doing and get the visitors involved.

We have tried to improve things by working on three principles. First of all, that this needs to be inclusive, it is not a separate agenda, it is about quality, efficiency and competitiveness. It must be "built in" and not "bolted on". As a regional tourism organization, we have various roles: we cannot work alone, we

have lots of partners and have to coordinate the work. We can lead on particular initiatives but also need to monitor what the impact has been. We are trying to engage four audiences: industry, visitors, decision-makers and destinations. We need to find a different way of working for each audience. But before that, we have to do this ourselves as an organization, so we have been looking at how we can take on these principles and involve our staff. We started with our own Board and had one of the top experts in sustainable development in the UK, Jonathan Porritt, to come and talk to us. We did other things to get the staff involved, a green car show, we used only one bin for a day so that people got interested in recycling. We also looked at our travel choices. We were surprised and shocked at the amount of travel generated by our organization. So we need to start by looking at ourselves and what we do.

One of the main problems for the businesses we work with is that they are small, they have limited time available and the issue is so big that it puts them off. We try to focus on one issue per year, the first year it was energy, this year it is water, next year it will be waste. We try to find easy ways to help businesses. One thing we did was to produce small cards that they could put in bedrooms with messages about turning off appliances, not leaving the lights on when you go out. The messages were presented in a very positive and humorous way. It was very successful and now there are thirty-five thousand of these cards being used by businesses in south west England.

We have also tried to integrate sustainability into things that businesses already take part in. For example, our annual award competitions - best hotel, best B&B - in which sustainability was one of the criteria. Then there are the national quality standards, our star scheme - we have been working with the national organization to make sustainability part of the criteria.

We have also tried to include sustainability on customer service training courses as a way of introducing people to the subject. Last year, 300 businesses attended workshops about sustainability, but over 3,000 people attended training courses which featured messages on sustainability. We are always looking at how to maximize the number of businesses we speak to. We use advice booklets, DVDs, etc. We are doing well but it is still a small part of the whole industry. We mustn't just focus on niche consumers looking for a green holiday but bring the message of "guilt-free" holidays to the general public.

We also have a visitor awareness campaign focusing on three themes: encouraging people to buy local food, drink and souvenirs; suggesting they explore the area without using their car; promoting businesses taking part in the green accreditation schemes through posters, stickers and children's games.

We also work with the destination organizations at a sub-regional level. We try to make sure that as they develop, sustainability is built into them right from the start.

Often we forget that we cannot address certain issues ourselves and need to influence those above us. For example, we have to work with the decision-makers responsible for transport and waste management planning who are outside the tourism sector but still influence it. We monitor what we are doing, we include questions in our visitors' survey and try to learn about the impact of tourists in our area in terms of energy use per average bed-night so we can improve our interventions.

Agreement does not always equal understanding and action. While individual initiatives are useful, it takes a lot of time. Accreditation is also very important. We found that embedding sustainability within existing business initiatives maximizes participation.

Maybe the biggest change has been the need for increased speed on these issues. In the past we could take our time, but we will never meet the challenge of climate change if we do that now. We need to engage the majority and not the minority of visitors and businesses.

RAINER JELINEK - *Alta Austria (Austria)*

I will speak about tourism in Upper Austria. This area has around 5.5% of all overnight stays making it a less intensive tourist region, but we still have around 2 million guests every year.

Our guests mainly come from Austria (58%). The most important foreign market is Germany (26%), followed by Great Britain and the Netherlands (around 2% each). The Czech Republic and Italy is around 1.5%. When we look at the origin of the Austrian guests, the result is remarkable because 38% are Upper Austrians themselves! So most guests travel a very short distance, which is important for sustainability as far as traffic is concerned.

Upper Austria is characterized by a variety of landscapes: from the smooth hills in the north to the Alpine mountains in the south. In the middle there is the Danube river. We have both modern architecture and traditional folklore.

The second part of my presentation regards our tourism strategy which does not promote regions or

destinations. It is a concept based on holiday motives.

Our strategy paper is valid for the entire tourism and leisure industry in Upper Austria and contains principles and strategies for achieving our aims. It was worked out in a bottom-up process with representatives from all branches of the tourism industry, organizations, politicians, different businesses and interest groups.

We asked ourselves two questions when developing this strategy: what do our guests want? And where do we have appropriate proposals and products to fulfil our guests' wishes? We defined some main topics to focus on.

The first topic is health and spa which is important for our region as we could lead health tourism in Austria. We clearly distinguish between health - medical and therapeutic competence - and wellness and spa tourism - enjoyment and relaxation. We have about 9 top partners such as spa resorts and tourist organizations with which we cooperate closely.

Another topic is cycling and mountain biking. We have 6 main bike routes through the country and 24 regional bike routes.

Then there is the topic of business tourism - we want participants at a conference to remember more of our country than the conference rooms.

Other topics are hiking, golf and some sports like winter sports, water sports and horse riding

Another topic is cultural tourism where we concentrate on the high creation of value. Linz 2009 is the cultural capital of Europe and we have historic cities in our country, so we have themed and cultural tours, etc.

The final part of my presentation regards sustainability and regional development - two major spheres of tourism. Think about the significance of nature for tourism. Market research always shows that natural aspects like the landscape or unspoiled nature are very important in the decision to travel to a destination.

I would like to explain how our tourism strategy supports sustainable and regional development. Tourism is not just the relationship between the tourists and the tourist industry, such as the hotel staff. Tourism means a very strong inter-relationship between regions, residents, politics, landscapes and nature, which are all influenced by tourism. It is important that tourism strategies are embedded in regional development plans.

The different destinations in Upper Austria have to write down their strategies in a tourism concept which follows the ideas of the Upper Austrian tourist strategy. There are similar programmes for other economic sectors in the area. There is a strategy paper for the whole federal country and several regional development concepts. Since the tourism concept in this area is more than a marketing concept, it includes structural changes in leisure time infrastructures. It is important that these regional development plans and tourist strategies are linked and combined.

We also emphasize the need for a distinctive profile for each destination. The strategy should be based on natural regional strengths, on existing structures and a common understanding of the aims to ensure regional sustainable development. Therefore, the joint development of the aims and strategies in a process involving all stakeholders is very important.

The perfect service chain should contain the complete range of facilities necessary for a specific holiday activity and in-depth support. It is important to ensure the qualification and education of all employees along this chain.

To conclude, over the five years of this strategy, we found some possible success factors. Firstly, that the strategy should be jointly worked out using a broad bottom-up process involving all the relevant stakeholders. Secondly it should be based on existing offers and strengths in the region. A coherent strategy is very important, from the single destination to the whole country and should be integrated into regional development plans. Finally, the qualification and education of entrepreneurs and employees is necessary in order to provide a complete service chain and fulfil the needs of the tourist.

NILS - ARVID ANDERSSON - *Regione skane (Svezia)*

I represent a level very close to the "grass roots" and work in an area south of the city of Malmö, in the southwest corner of the Scania region which has around 100,000 citizens, so it is almost possible to know them all. My presentation is on "Promoting regional diversity by strengthening local identity". The first part deals with how we look at and work with sustainable issues. I will then put forward some action proposals for the new network.

When it comes to ecological issues we think that the supply and demand of local products is very

important. We believe that our bio-diversity is one of the most important issues to conserve. We recycle. We have schemes and awards. With regard to economical sustainable issues, we think that the supply and demand of local products should be stimulated and, for this reason, we have established a common place brand. We believe the diversification of agricultural production is an important issue.

We establish creative partnerships and try to be as cross-sector as possible. We try to organize unique experiences which is what people want. We believe in discussing and talking to everyone about the important development issues and projects. We include all kinds of citizens and the local society.

We think it is important that the people who live there can feel a fellowship and pride in their home district. We also think that physical accessibility is important as well as accessibility to knowledge about the area.

We have other social issues. We think people prioritize health and wellbeing today. We have to look at the ageing population as well as the multicultural perspective.

Our "Place Brand" aims to highlight local products and improve the environment by reducing transportation, trying to strengthen the local identity. The target group is producers, galleries, retailers, farm shop distributors and NGOs. It is open to everyone but they have to fulfil certain criteria. The product groups so far are: untreated primary produce, vegetables, root crops, fruits, berries, fish, meat, game, mushrooms; treated provisions, prepared provisions and dishes and other production.

We also have cultural production: all kinds of art, handicrafts, literature, performance, music, dance, theatre, as well as services and NGOs, including tourism-related services.

With regard to applying for membership, here are some examples. A tomato, for example, which is cultivated and stored outside the area will not get the "Place Brand" as the provisions cannot leave the area before they reach the consumer. However, a joint of veal grown inside the area can be butchered outside the area as there is no legal butcher there. A picture of art painted in another country is OK if the painter's main production is in the area.

With regard to service businesses and NGOs, they should highlight the unique features of the area, such as heritage assets and amenities. We negotiate with the trade associations concerning the compulsory criteria. For example, at conferences, they should have branded dishes on the menu and offer guided heritage tours where required. Information regarding the brand, the destination and the local district should be made available. There should be a link between the company's website and our own. The key words are reliability, credibility, quality, flexibility, continuous improvement and traceability. We have an organization, which is an NGO, and approval gives automatic membership to this NGO. We have parties, events and contests for painters and artists. We have some national and EU subsidies and no or very reasonable membership fees, so far. We have 60 artists and craftsmen, 30 food producers and 12 service companies.

Proposed network actions: first, photo tourism, an unexploited potential. I would like to quote some of the draft I wrote a few weeks ago: to create growth and renewal in major businesses and industry is a continuous ongoing process. Changes in the environment of business prerequisites due to technical and community development generate constantly new possibilities for innovative concepts. To be notified on the Internet as a tourist destination has become a crucial marketing issue. The significance of the image as a first impression in cyberspace and on websites is pronounced. Interaction with visitors and other photo tourism destinations will lead to an improvement and innovative options for marketing activities and experienced businesses. In order to prolong the tourist season, destinations need to offer new, innovative activities and experiences, this is particularly important for areas situated in temperate climate zones. The project will facilitate the implementation of new experience concepts aimed at education and tourism activities outside the normal season. This concept is better known as edutainment - delivering education and entertainment at the same time. The customer becomes an unintentional ambassador when showing his images to friends or on his blog. The activities can range from simple things, like service from a desk, to experience packages. You need to identify the photo objects and photo trails in your area. Some small scale investment is necessary like heights, watch-towers and hides for people interested in watching animals close up. The target group is not just visitors but local residents and businesses, and education institutions. Complementary activities like photo contests, the image of the day, Photoshop courses and excursions will be contained in the experience packages for the more active customers. Collaboration for the experience packages will be with local guides, food and accommodation, NGOs, responsible businesses and the photo trade. I am sure that companies like Nikon, Fuji or Kodak etc. would like to sponsor this type of activity, as well as some incoming tour operators. I would like to suggest a trans-national pilot study in many different destinations. We need to reach the critical mass for this to happen, so people know about the features of the photo tours. The next action is called "ancestors' arts of Europe", a multi-sectorial

creative partnership between culture and business. There is a need to integrate local heritage in local production and promote new business concepts and innovative processes. I would like to create a kind of pan-European conceptual umbrella for the production of souvenirs and gifts called the “ancestors’ arts of Europe”. This will increase the production and consumption of these products. There will be new cross-sector alliances and collaboration and we will enhance sustainable growth in the local economy. The methodology is that local artefacts, patterns and designs will be highlighted in an inventory and there will be a label telling the history and curiosities of the products produced, so you will literally attach an experience to the product and you can also get a higher price for it. It shouldn’t be a piece of art but pieces suitable for serial production, that is very important.

There will be an identification and listing carried out by a mixture of archaeologists, ethnologists and people who know about the kind of souvenirs and gifts people like to buy. There will be a compendium for inspiration which we will present to the craftsmen and producers who can use these artefacts, patterns and designs for making these new products of local origin. We will have meetings for inspiration at local sub-regional level. We have had a successful contest with a lot of people joining in, then distribution to retailers and the marketing issue.

BETINA MELISS - *Regione Mar Baltico (Germany)*

I will tell you the history of the sustainable tourism development network in the Baltic Sea region. The Agenda 21 approaches took place very early in this region. In 1998 the unique “Baltic 21” document was adopted. It contains 8 economic sectors and tourism is one of them. The tourism sector of “Baltic 21” has its own task force, a working group on sustainable tourism with members from the ministry of economics responsible for tourism, ministries of the environment, national tourist boards, national and regional tourism associations, NGOs and other international organizations.

In 2003 the stakeholders of the Baltic Sea region identified a lack of information, cooperation and coordination as the most critical points for their work. This was the starting point for the tourism task group to initiate the development of the Agora project.

This project has a total budget of 2.3 million Euros and ran from July 2005 to December 2007. We have a cross-sector, pan-Baltic approach as well as a strategic approach.

The most important results of the project include Jepart, a database with information about tourism projects partly financed by different European programmes, for saving existing knowledge and making this information easily and freely accessible to the public. At present there is information about over 200 projects on this database.

Another result is the sustainability check for tourism projects which measures the sustainability of projects and not destinations or hotels. Our aim is that this check becomes a mandatory part of assessing tourism-related projects. Its flexibility means it can be used for different kinds of tourism and on different levels, from local to international. The very clear and simple message behind this check is, first make the check, make it successful and then you can receive money from any programme.

Another outcome of the Agora project is a strategy concept for developing sustainable tourism in the Baltic Sea Region. We held a meeting with other international organizations from the Baltic Sea region who agreed on the implementation of this concept and close cooperation in the future, as well as the ten most important actions for the next two years. They also approved cooperation with other stakeholders, for example the Destinet network. Our Jepart database will be included in the Destinet portal so it is more accessible.

With regard to our contribution to an agenda for sustainable and competitive European tourism, Agora partners were well informed about the progress of the tourism sustainability group and we took part in the public consultation process.

We have so many organizations in our region dealing with sustainable tourism that we propose to use existing capacities and support communication between stakeholders.

Our proposals and concrete actions for a European agenda are to use the Jepart database and the sustainability check for tourist projects. If any actors apply for financial support for tourism projects at a local, national and international level they have to run the sustainability check. It is very simple, it consists of 27 questions and it takes 2 or 3 hours for the applicant to run this check. There is also the implementation of the strategy concept for sustainable tourist development in the Baltic Sea region.

We intend to implement the agenda for sustainable and competitive European tourism and to be a model region in the Baltic Sea region. The Agora network is ready to act as an already existing knowledge network. I represent the Agora network for the sustainable tourism development of the

Baltic Sea Region. We would like to express our willingness to join the network. I think we have already done some things in our region, we have developed some strategies, done some research and made progress in the development of networks and organizations, and we are ready to join this network and very much look forward to working with you.

KATALIN HALL - *Hungary*

I will talk about the natural and cultural values of my region, our national and regional development policy guidelines and strategic documents. I will also illustrate our local community efforts, tell you about our trans-national tourism network and project cooperation experiences and suggest two possible future tourism directions for our region.

The region of north Hungary covers more than 13 000 square km and ranks fourth in terms of territory and population. The regional capital is 1 ½ - 2 hours from Budapest. There are three international airports near the region, two in Hungary and one in Slovakia. There is also a recently constructed highway and semi-motorway providing fast and convenient accessibility. Visitors and tourists can easily reach the region by car, air or train.

The region has a lot to offer both from a natural and cultural point of view with three world heritage sites, a national park with cultural-historical sites, including cave paintings from prehistoric times, a small 13th century village preserved in its original setting, and a world famous wine region.

One of the strategic aims of the national development policy concept is the sustainable utilization of natural resources and environmental assets in accordance with the European development policy. We have no national tourism act, only a concept according to which only general conditions such as basic definitions for tourism, government tasks, funding sources and cooperation should be declared in the future act on a national level, whereas the cost and changing aspects should be determined by government and ministerial regulations as time goes on. The tasks are delegated to national, regional and local levels. Based on this concept, a national tourism strategy was prepared stating that sustainable tourism is only a theoretical concept in Hungary, there are no indicator systems suitable for verifying sustainable development. There is currently no standardized or unified system for measuring the impact on the territories in terms of sustainability.

A recent important strategy is health. Hungary is one of Europe's potential target areas for health and wellness tourism due to its rich thermal water resources and almost two thousand year spa culture. An important priority of the environment and energy operational programme of the second national development plan is wise management of natural assets. Actions include restoration, preservation and development of protected areas and assets, creation of the infrastructure basis for conserving agriculture and forestry.

In the regional tourism strategy, the sustainability aspect is briefly mentioned as a horizontal principle. Generally, in all our developments we have to respect the horizontal principle of sustainability both financially and environmentally as it is also referred to in our regional operational programme. For instance, if a project proposal contains a development segment which may be a potential threat to or harm nature or the environment, it must be rejected.

Another priority of the regional operational programme is tourism development. Strengthening the tourism potential means providing funding for health, culture and heritage, active and eco-tourism development actions, supporting the establishment of an innovative regional tourism research centre and developing a standard system for the assessment and impact measurement and analysis of tourism development. Now I will give you some examples from the many in our region. The north is a lively and tourist/visitor-friendly village near the Slovakian border which offers many free interesting activities, including guided tours with different nature games, a training centre with environment-friendly technical equipment and an organic garden. The programme is ready to expand towards neighbouring villages creating jobs and a sustainable way of living for the population. As a further step, an eco-tourism concept and analysis of the possibility of developing sustainable agriculture in the area have recently been prepared.

National park is consists of approximately 700 hectares of restricted area and a further 40 thousand hectares of land for light or heavier commercial development, welcoming approximately 180-250 thousand visitors every year. The surrounding municipalities, the entrepreneurs and directorate of the national park decided to enter into a common development cooperation in 1997 to preserve and develop the area for eco-tourism purposes. The main attraction is the caves which receive around 170-180 thousand visitors per year, 60% of which are students. One cave has been a climatic therapy

centre since 1959. The territory is a real treat for cavers and botanical research and zoology. Further development is planned since the quality and number of guesthouses, connecting services, surrounding attractions and accessibility is not satisfactory. The location of the area provides great opportunity for cross-border cooperation with Slovakia.

Since we are in the process of creating a trans-national tourist network at this event, I would like to share two successful project experiences of our agency with you. The first is our participation in the European culture tourist network which, unfortunately, has now ended for us, although the network still remains. The main outcome for the region, apart from shared experiences and good examples, was that the common strategy which was elaborated by the project partners influenced or served as a background document and reference point for the regional operational programme preparation on cultural tourism development and actions. The other project is still ongoing. We are also creating a trans-national sport, health and wellness quality destination circuit.

We are optimistic about our future development despite the global problems. We see two main development paths, one based on the rich thermal resources and the other on the abundance of unspoilt natural rural areas. By developing these key assets in a sustainable way, Hungary can become one of the eco-havens of the European Union. To do this we need careful and conscious planning and a standard indicator system suitable for measuring the impact on tourist development.

LARS NORDSTRÖM - *CRPM GRUPPO SUL TURISMO SOSTENIBILE*

I have just become the Chairman of CPMR's new group for sustainable tourism. We have just started, so this informal network can be very important for us to learn from and have contacts with and it is very good that we take part. I am also Chairman of the Culture Committee for Sweden's most important tourist region and in future we will focus strongly on tourism issues. So I will sign these contracts twice because I think even our region will get good benefits from this network. The only future problem I can foresee, related to regions like ours and Tuscany, is the transport to and from the region. We can always take care of housing etc. but car and air traffic will be a real problem and this network must deal with this issue.

NILS - ARVID ANDERSSON - *Regione SKANE (SVEZIA)*

Being a member of such a network is an honour. I will sign this document on behalf of the Destination Servistat xxx in the Scania region. If you are interested in this photo tourism action or the ancestors' art action please give me your card so we can keep in touch and see what we can do about it. I also hope that someone here knows how we can get some funds to meet and exchange experiences and best practices.

LASTA CLARIC - *Chamber of Economy, Croatia*

We fully support this action for the network and thank you for including us in it and inviting us to this meeting. As a professional organization responsible for some 500 hotels and 600 travel agencies in Croatia and for the cultural tourism affiliation which encompasses some 50 heritage institutions, it is very important to have a network which gives us the information and knowledge from the whole European region. Tourism today, as a part of this new economy of micro-destinations, actually fulfils its human mission towards the residents, visitors and destinations for the future. We hope this network will identify the uniqueness of our micro-destinations, the compatibilities of our programmes and the possible connections which will stress Europe's competitiveness.



INDICE

pag. 3	Le Regioni e l'Unione Europea per lo sviluppo del turismo sostenibile
pag. 5	Profilo generale del Seminario
pag. 6	Programma
pag. 9	Prima giornata del V Euromeeeting edizione 2007 <i>Interventi introduttivi</i>
pag. 15	I SESSIONE <i>Un'agenda per il turismo europeo sostenibile e competitivo: criteri, metodi, strategie</i>
pag. 21	II SESSIONE <i>Destinazione Europa, destinazione cultura</i>
pag. 31	III SESSIONE <i>Verso una Rete Europea delle Regioni per un turismo sostenibile e competitivo</i>
pag. 51	Seconda giornata del V Euromeeeting edizione 2007 <i>Intervento introduttivo di Francesco Ianiello</i>
pag. 60	Firma collettiva del protocollo per il progetto di una rete europea del turismo sostenibile e competitivo
pag. 62	Gruppo di lavoro Commissione Europea Tourism Sustainability Group Plenary Meeting <i>list of participants</i>
pag. 65	Alcuni interventi del 16 e 17 novembre in lingua inglese <i>Some Speeches in English of November 16 and 17, 2007</i>

Informazioni:

Regione Toscana
Area di Coordinamento Politiche per il Turismo,
Commercio e Attività Terziarie
Via di Novoli, 26 - 50127 Firenze
Fax 055 4383141
euomeeting@regione.toscana.it
www.regione.toscana.it/turismo/turismo_sostenibile/index.html

For further information:

Regione Toscana
Department of Tourism,
Trade and Tertiary
Via di Novoli, 26 - 50127 Florence
Fax 055 4383141
euomeeting@regione.toscana.it
www.regione.toscana.it/turismo/turismo_sostenibile/index.html



- **Modelli applicativi di Agenda 21 per il turismo**
- **Prospettive politiche e finanziarie per il turismo in Europa**
- **Ricerca e innovazione per la programmazione e gestione di un Turismo sostenibile**
- **Destinazione Europa, destinazione cultura**
- **Esperienze di successo nelle Regioni europee**
- **Costituzione di una Rete europea per un turismo sostenibile e competitivo**

