



COMUNICATO STAMPA

LA XVIII edizione della Borsa Internazionale del Turismo Montano

I focus della terza giornata

Turismo sostenibile Trentino al top nella certificazione Ecolabel

Investire nel turismo montano Oltre lo sci

La terza giornata della XVIII edizione di BITM ha messo in evidenza l'aspetto della sostenibilità ambientale in chiave turistica. Cosa è emerso? **Più la salvaguardia dell'ambiente e la natura diventano modello integrato dell'offerta turistica più questa acquista valore.** In sostanza i turisti chiedono e cercano proposte e strutture ricettive eco friendly o green.

Il primo convegno della giornata **VERSO UN TURISMO SOSTENIBILE: I NUOVI CRITERI ECOLABEL UE PER LE STRUTTURE RICETTIVE**, organizzato in collaborazione con l'Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente a Palazzo Albere, ha acceso i riflettori sui 25 anni dalla "nascita" del marchio Ecolabel UE. Nel 2017, designato dall'ONU quale Anno Internazionale del Turismo Sostenibile per lo sviluppo, la Commissione europea ha chiesto agli Stati Membri di dare massima visibilità al Marchio organizzando eventi e attività promozionali. Il convegno ha quindi presentato i nuovi criteri Ecolabel UE per le strutture ricettive, portando anche diverse esperienze di chi si è già dotato di tale certificazione.

Ad aprire la giornata di lavori **Vittorio Messina, presidente di Assoturismo Nazionale**. Messina ha messo in evidenza l'importanza del comparto turistico per gli equilibri economici del Paese. "Il settore turistico - ha detto il presidente nazionale - è uscito dalla crisi e ha assorbito le negatività. Ma settori come il commercio e l'artigianato ancora brancolano nel buio e quando finalmente usciranno dalla crisi si troveranno a doversi riposizionare in un mercato totalmente cambiato". Per Messina il turismo oggi deve quindi fare massa critica, deve fare da tramite per la ripresa dei comparti tradizionali. "E' complicato darsi una strategia complessiva - ha proseguito - per questo Assoturismo raggruppa e promuove l'intera filiera delle imprese che lavorano nel comparto. Noi camminiamo su una miniera d'oro, tutto il Paese deve credere nelle potenzialità di questo settore specie se declinato in turismo sostenibile. Dobbiamo utilizzare questa fonte di economia e gli imprenditori sono i primi vogliono tutelare il loro strumento di lavoro. Il passaggio che dobbiamo compiere? In montagna va rivista l'offerta e i pacchetti devono essere più attrattivi, bene che si punti alla destagionalizzazione, ma serve anche formazione per arrivare ad avere un'offerta più professionalizzata. Lo sviluppo economico di un Paese lo fanno le imprese e gli imprenditori".

A Gianluca Cesarei dell'Ispra (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale) il compito di spiegare la valenza del certificato ambientale Ecolabel, disciplinato da un regolamento comunitario che ne stabilisce i criteri. "Il marchio Ecolabel – ha spiegato Cesarei - premia non solo i prodotti e i servizi che riducono gli impatti nocivi sulla natura e quindi offrono elevati standard ambientali, ma garantiscono anche elevati livelli qualitativi. Ad esempio un detersivo rispettoso dell'ambiente ma che non lava non serve a nulla". Ecolabel istituito nel 1992 dal regolamento n. 880/92, oggi è disciplinato dal Regolamento (CE) n. 66/2010 in vigore nei 28 Paesi dell'Unione Europea e nei Paesi appartenenti allo Spazio Economico Europeo – SEE (Norvegia, Islanda, Liechtenstein). "E' un'etichetta ecologica volontaria - ha proseguito Cesarei - basata su un sistema di criteri selettivi, definito su base scientifica, che tiene conto degli impatti ambientali dei prodotti o servizi lungo l'intero ciclo di vita ed è sottoposta a certificazione da parte di un ente indipendente. I criteri Ecolabel, riguardano anche aspetti importanti per la salute e la sicurezza dei consumatori e pure principali aspetti sociali ed etici dei processi produttivi".

In Italia, secondo gli ultimi dati disponibili a febbraio 2017, sono circa 352 le licenze Ecolabel in vigore, per un totale di 8552 prodotti/servizi, distribuiti in 17 gruppi di prodotti. Il gruppo di prodotti con il maggior numero di licenze Ecolabel appartiene al servizio di ricettività turistica con 199 licenze. Le regioni italiane con il maggior numero di licenze Ecolabel sono il Trentino Alto Adige con 66 licenze, la Toscana con 53 licenze, la Puglia con 43 licenze.

A Domenico Zuccaro dell'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale il compito di illustrare i criteri per la certificazione Ecolabel e le modalità di presentazione della domanda dopo che a gennaio 2017 la Commissione ha aggiornato i criteri Ecolabel unificando in un unico provvedimento i criteri per il servizio di campeggio e per i servizi di ricettività turistica in modo da ottimizzare le caratteristiche comuni. "I criteri obbligatori e facoltativi per il rilascio del marchio sono stati ridotti a 67 –ha spiegato Zuccaro - , rispetto ai 90 e 97 delle precedenti decisioni riferite rispettivamente al servizio di ricettività turistica e al campeggio. Complessivamente sono stati adeguati i criteri al progresso tecnologico ed impiantistico, soprattutto in tema di efficienza energetica e risparmio idrico. Di rilievo l'introduzione di un nuovo criterio facoltativo di tipo sociale relativo alla politica del lavoro con particolare riferimento ai vantaggi offerti al personale".

Marco Niro dell'Agenzia Provinciale per la Protezione dell'Ambiente è quindi intervenuto ponendo una domanda alla platea: "Perché la struttura ricettiva dovrebbe certificare proprio il suo rispetto per l'ambiente, fra le tante altre qualità su cui potrebbe investire sino a certificarle, come il comfort, la dimensione per famiglie, la ristorazione, eccetera? La risposta – ha proseguito Niro -arriva dalla sensibile crescita, negli ultimi anni, del turismo sostenibile. Tutti gli indicatori dicono che è in costante aumento l'interesse dei turisti, inclusi quelli italiani, per un tipo di vacanza più a contatto con la natura, più rispettoso di ambiente e società. Chi possa vantare, presso costoro, una certificazione della qualità ambientale della propria struttura ricettiva, avrà evidentemente più chance di intercettarli".

Ma non mancano le difficoltà perché il marchio Ecolabel Europeo da pochi è conosciuto e spesso è pure abbandonato. Perché? A spiegarlo è ancora Niro: "In Trentino, l'Ecolabel Europeo nel settore turistico è diffuso da oltre dieci anni, facendone la provincia italiana con la maggior densità di strutture certificate. Eppure qualcosa non sta funzionando come dovrebbe. Le strutture ricettive trentine che hanno abbandonato il marchio Ecolabel in questi anni sono decine: si è passati da un massimo di 122 strutture (2009) alle 44 di oggi. Perché? È lo stesso studio di APPA a evidenziare le probabili motivazioni: eccesso di burocrazia, ridotte o nulle agevolazioni e soprattutto scarsa conoscenza del marchio da parte dei turisti. La situazione non è diversa nel resto d'Italia né d'Europa, dove un calo così sensibile non si è avuto solo perché la precedente diffusione non era stata così capillare. La Commissione ha parlato di utilità del marchio limitata dalla sua scarsa diffusione e conoscenza. Tra le azioni necessarie a potenziarne l'efficacia, richieste dalla Commissione al Parlamento ci sono quindi la riduzione dei costi amministrativi e di verifica e soprattutto una strategia di comunicazione pianificata da condividere con gli Stati Membri".

Il convegno del pomeriggio **INVESTIRE NEL TURISMO MONTANO: ESPERIENZE, PROPOSTE, STRUMENTI** a Palazzo Albere ha messo sotto la lente la dimensione invernale, e in particolare la fruizione sportiva del turismo invernale. Sotto gli occhi di tutti i cambiamenti climatici che potrebbero portare, in tempi brevi, a una trasformazione radicale delle caratteristiche della stagione, rendendo impossibile le attuali modalità di utilizzazione. Se i territori di montagna vogliono sopravvivere a questi cambiamenti epocali devono recuperare un'originaria modalità di godimento delle montagne, legata alla villeggiatura, ai ritmi della natura, alla vita all'aria aperta, al relax. In questa maniera, i territori montani potranno tornare ad essere protagonisti di un'offerta che si caratterizza per la qualità dell'ambiente e del paesaggio, per l'offerta culturale di alto livello e per una proposta enogastronomica autentica e originale.

Ma come ha rilevato nel suo video intervento **l'imprenditore Lorenzo Delladio** "dobbiamo avere il coraggio di cambiare come sta cambiando radicalmente il clima". Lo ha detto anche **Reinhold Messner, alpinista e scrittore** nel secondo video intervento proposto: "Abbiamo l'obbligo di dare al turista non solo un bel balcone da cui guardare le montagne, dei sentieri su cui camminare, delle piste su cui sciare, ma di fargli capire cosa c'è dietro, ovvero cosa significa la montagna. In questa prospettiva dobbiamo fare ancora molta strada".

Davide Carella, vice direttore di Asat (associazione Albergatori e Imprese Turistiche della provincia di Trento) ha quindi evidenziato come il governo del territorio inteso con sostenibilità di sviluppo turistico ed economico il trentino non possa essere inteso solo in alta quota e sci. "Negli ultimi anni si stanno facendo investimenti per il recupero del patrimonio edilizio esistente. Se nel 2013 il 55% dei progetti era mirato a piccoli interventi e adeguamenti, nel 2016 questi sono scesi al 16% mentre sono saliti dal 27% al 39% gli adeguamenti di maggiore dimensione e portata. Gli imprenditori alberghieri stanno rendendo accoglienti le strutture ricettive per rimanere competitivi sul mercato, oggi i 4-5 stelle in Trentino sono la maggior parte". Insomma si investe su un segmento superiore e la qualità è apprezzata. "Ma serve anche una maggiore accessibilità – ha proseguito Carella – non solo nei collegamenti aerei o su rotaia ma anche sul territorio nei collegamenti tra le valli". Quanto poi all'accoglienza il vicedirettore di Asat ha sottolineato come "l'albergatore non vende solo camere albergo ma natura e territorio. Il Trentino ha ancora molto da offrire. Bene che si promuova il settore enogastronomico con il Marchio di Qualità ma vanno inseriti nell'offerta anche i piccoli produttori locali".

Per Luciano Rizzi, coordinatore dei presidenti delle Apt e Pro Loco trentine, la montagna dovrebbe smettere di inseguire le mode e non copiare dall'Alto Adige. "Investiamo sull'ambiente, il resto viene da solo. Una bella zona non ha bisogno solo di promozione, ma di passaparola". Rizzi guarda al turismo montano più autentico, considerando i cambiamenti climatici in atto. "L'estate ha fatto il boom di turisti, mentre l'inverno continuerà ad essere in balia del clima e degli impiantisti che non dipendono dalle Apt. I conflitti ci sono, specie dove mancano le risorse. E' bene che vi sia la tassa sul turismo se diventa investimento territoriale". Ad ascoltare la voce delle Apt è emersa l'esigenza di una promozione integrata del prodotto trentino. Tra le priorità anche la formazione e la considerazione che i servizi messi a disposizione dei turisti prima di tutto sono fruibili dalle persone che i luoghi li abitano. "Anche gli abitanti devono diventare promotori territoriali - ha detto Stefano Ravelli, presidente Azienda per il Turismo Valsugana Terme Laghi Lagorai – quanto al piano B in assenza di neve lo abbiamo già e sono, ad esempio, i mercatini di Natale. Spesso non ci rendiamo conto di dove viviamo e non apprezziamo ciò che i turisti vengono a visitare".

Michele Dalla Palma, giornalista e scrittore ha invece lanciato un grido di dolore. "E' importante avere un piano di sviluppo chiaro e a lungo termine. Non abbiamo bisogno di nuovi impianti ma di nuovi territori perché lo sci è un mercato saturo e stagno. Funzionano i caroselli, i dislivelli sciabili dai 2000 metri in su, i posti dove ci sono impianti di innevamento efficaci ed efficienti. E quindi? Anche se in montagna si scia di meno, ci si va di più. Per Dalla Palma bisogna puntare sulle attività outdoor come lo sci alpinismo, le ciaspole. "Il turismo della montagna è cambiato in termini di partecipazione è fondamentale mantenere i comprensori sciistici esistenti ma va fatta concentrazione nelle aree e rinunciare alle piccole stazioni che

vanno riconvertite con la possibilità di dare alternative”. Due i casi menzionati: quello della valle Maira in Piemonte posto sperduto ma ricercato da sci alpinisti e ciaspolatori (“un posto in cui domanda e offerta stanno 3 a 1”) e Arte Sella che raccoglie, offendo cultura e natura, 100 mila turisti di cui il 30% dall’estero.

Paolo Nascivera direttore area innovazione e conoscenza di Trentino Marketing a quindi portato una panoramica dello sviluppo dello sci in Trentino spiegando che dopo gli investimenti degli scorsi anni “oggi abbiamo un patrimonio di macchine e risorse che va mantenuto e preservato. La sfida? Duriamo il più possibile e intanto capiamo cosa fare e cosa succederà. Abbiamo dato una nuova chiave interpretativa al turismo: l’ospite qui da noi è ospite del Trentino”. Anche **Walter Nicoletti giornalista e divulgatore** ha sottolineato come si debba partire dalle emozioni. “Partiamo dalla domanda: cosa sono per ciascuno di noi le Alpi? Da questa risposta dipenderà il turismo del nostro territorio”.

Le «Giornate del Turismo Montano» 2017 sono organizzate da Confesercenti del Trentino in collaborazione con la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Trento e Provincia Autonoma di Trento, con Assoturismo-Confesercenti Nazionale, Comune di Trento, Trentino Marketing, le principali associazioni imprenditoriali locali, Aziende per il Turismo trentine e numerosi altri enti e aziende private. L’evento vanterà il patrocinio del Ministero del Turismo, della Regione Trentino Alto Adige, della Provincia Autonoma di Trento, del Touring Club Italiano, dell’Uncem – Unione Nazionale Comuni Comunità Montane, del Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, della Fondazione Dolomiti Unesco - rappresentano la naturale evoluzione dei forum della BITM, storica manifestazione dedicata al turismo che caratterizza i primi giorni dell’autunno nella città di Trento.

Sul sito www.bitm.it il programma aggiornato. La partecipazione ai convegni e agli eventi è gratuita previa iscrizione.

TRENTO, 28 SETTEMBRE 2017

Per informazioni

Linda Pisani – Ufficio Stampa Confesercenti del Trentino – cell.3347619904