

Newsletter sostenibilità

Osservatorio del Turismo Regionale Veneto Federato

dalla collaborazione con SL&A una notizia dedicata alla sostenibilità e al turismo sostenibile in Veneto

I cambiamenti che si sono verificati a seguito dell'avvento della pandemia di Coronavirus, ma che vedevano una origine ben precedente, rappresentano un insieme di fattori che hanno modificato in maniera strutturale le tendenze dei consumi in generale e quindi anche nel turismo.

Dal punto di vista dei consumi, il recente Rapporto Coop¹ mette in luce come anche i comportamenti degli italiani siano dettati da una sempre maggiore influenza della sostenibilità, specialmente in termini di riduzione degli impatti sull'ambiente e sulla salute e il benessere delle persone. Per il 2023 si prevede che i comportamenti degli italiani daranno spazio agli spostamenti a piedi, allo sport e all'attività fisica, a nuove abitudini alimentari che tengono conto sia dell'alzamento dei prezzi, sia della necessità di aggiustare la propria dieta verso un futuro "meatless", con alternative più sostenibili al consumo di carne.

Sono atteggiamenti più attenti e partecipi quelli dei consumatori di oggi, che sentono di essere maggiormente protagonisti e in grado di incidere direttamente sulla sostenibilità grazie alle proprie scelte quotidiane. Cresce infatti la consapevolezza di poter fare una scelta di acquisto ad "impatto positivo", che possa fare la differenza: minor pressione ambientale, mobilità sostenibile, responsabilità verso il patrimonio culturale ma anche ricerca di autenticità e territorialità.

Secondo una indagine di Ernst&Young², il 74% degli intervistati dichiara di aver accresciuto la propria consapevolezza sul tema della sostenibilità, preferendo soluzioni più attente, mentre il 50% afferma di essere disposto a pagare fino al 10% in più per prodotti sostenibili.

Le tendenze dei consumatori globali evidenziate da Euromonitor³ includono la scelta della sostenibilità di default, ovvero come il costo della vita sta creando nuovi comportamenti sostenibili: i consumatori *Eco-economic*, intesi come quelli che operano la scelta dell'opzione più economica in termini di limitazioni e riduzioni, alcune obbligate dalla morsa dell'inflazione, altre accompagnate dalla consapevolezza che diminuire i consumi significa anche aumentare la sostenibilità. Le motivazioni alla base di questo nuovo bisogno nascono anche dall'esperienza post-Covid di voler vivere in maniera più responsabile.

Le informazioni di cui necessitano i consumatori per fare i propri acquisti sono sempre più accessibili e raggiungibili in maniera veloce e questo vale anche per le fasi di motivazione e scelta dei prodotti turistici: l'unica esperienza che può essere *slow* è quella della vacanza.

¹ Rapporto Coop 2022, gennaio 2023.

² Future Travel Behaviours 2022.

³ Euromonitor, Top 10 Global Consumer trends 2023.

Responsabilità e consapevolezza sono i fattori determinanti della efficacia del fare turismo, nell'ottica della tutela degli ambienti naturali e del patrimonio delle destinazioni turistiche, oltre che del rispetto e della valorizzazione delle comunità ospitanti. Il concetto di responsabilità passa anche per la valorizzazione del capitale umano, fondamentale motore di sviluppo turistico di qualità. Occuparsi di turismo sostenibile vuol dire dare risposta a questi nuovi bisogni, che implicano nuovi mercati e nuovi segmenti di consumo.

Le stesse imprese, infatti, sempre più scelgono di investire nella sostenibilità come priorità strategica per gli anni a venire, anche nell'ottica dello sviluppo di una economia circolare, con l'adozione di modelli di *green commerce*, come vendita di prodotti usati, riparazioni, noleggi.

L'applicazione dell'economia circolare al turismo sta modificando l'approccio incentivando modelli che spingono a "consumare meno e produrre in modo diverso", come insegnano diversi progetti a livello europeo, ad esempio Interreg Med InCircle.

Il concetto di sostenibilità nel turismo risale ad oltre trent'anni fa, quando si connotava come uno stile di vita per pochi, distante dalla realtà delle cose. Oggi il turismo sostenibile è una precondizione di vacanza, imprescindibile dalla strategia di una destinazione turistica e dalle abitudini di consumo degli ospiti. Il cambiamento climatico, ad esempio, è attualmente uno degli argomenti prioritari in tutti i settori di sviluppo, compreso il turismo, che risente notevolmente degli effetti di questa circostanza, che sta influenzando direttamente aspetti strategici per le destinazioni turistiche come l'attrattività, la stagionalità, i costi operativi, la perdita di biodiversità, l'erosione costiera, ecc. Per una destinazione è ormai impensabile discostarsi dai temi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica sui quali occorre lavorare costantemente per mantenersi attrattivi e competitivi.

L'indice del World Economic Forum⁴, che analizza la competitività turistica di 136 paesi e che ha introdotto nel 2022 un indicatore ulteriore per il monitoraggio del turismo sostenibile, vede l'Italia al decimo posto nella classifica generale, ma al 33esimo per tutto ciò che riguarda le performance di sostenibilità, soprattutto per gli impatti legati alla pressione della domanda turistica nel nostro paese.

Tra gli strumenti utili per misurare la sostenibilità di imprese e destinazioni è utile citare i criteri GSTC⁵, mentre la certificazione ISO 37101 è orientata alla gestione sostenibile delle comunità. L'applicazione dei 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile⁶ rappresentano la base da cui partire per ogni destinazione turistica che voglia intervenire efficacemente sui propri obiettivi strategici allo scopo di agire concretamente sulla propria sostenibilità.

⁴ TCI Index, World Economic Forum 2022.

⁵ Global Sustainable Tourism Council.

⁶ Sustainable Development Goals, Organizzazione delle Nazioni Unite.

La Regione Veneto, tramite il Piano Turistico Annuale 2023, in attuazione del Programma Regionale per il Turismo Veneto 2022-2024, conferma le priorità strategiche in termini di sostenibilità, con alcune importanti azioni:

- Il Progetto "Costa Veneta – Zona Blu" della Rete di Imprese Venice Sands, finalizzato ad innalzare la qualità dell'offerta accompagnando le imprese ad una gestione sempre più sostenibile. Crescono le aziende turistiche-balneari che intraprendono percorsi di certificazione e si espandono fino a comprendere aree diverse come quella montana delle Dolomiti Bellunesi e termale di Abano.
- I Colli Euganei con la loro zona termale hanno iniziato il percorso di candidatura del territorio a Riserva della Biosfera MAB UNESCO, grazie al progetto europeo "Take it Slow" coordinato e diretto dalla Direzione Turismo della Regione Veneto. Lo stesso progetto ha visto la pubblicazione nel 2022 del Manuale della Sostenibilità, con un programma di sensibilizzazione e formazione a cui hanno partecipato 274 imprese e decisori politici.
- Il focus sull'ampliamento dell'offerta cicloturistica con le attività del club di prodotto regionale "Cycling in the Land of Venice" che permetterà l'attivazione di un tavolo permanente degli operatori del cicloturismo, il completamento della segnaletica lungo le ciclovie della REV, il ripensamento delle modalità di monitoraggio delle piste ciclabili attraverso l'introduzione di tecnologie e sistemi di condivisione di dati, la riorganizzazione dell'offerta MTB e dei Bike Park.
- Il lavoro che sarà impostato sui Cammini regionali, con una nuova Carta dei Servizi, sul turismo fluviale, con la creazione di nuove reti d'impresa come Slow Flow – Veneto Waterways.
- Il tema della transizione ecologica e digitale che sarà collegato alle nuove linee di finanziamento del programma FESR.