



# Piano di gestione della destinazione del Tarvisiano



Il Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, Sella Nevea e Passo Pramollo si dedica alla valorizzazione, promozione, sviluppo, predisposizione del prodotto turistico e relativa commercializzazione del territorio del Tarvisiano, di Sella Nevea e del Passo Pramollo, al confine con la Carinzia e la Slovenia.

La mission costitutiva del Consorzio è la promozione e gestione di tutto il territorio di competenza e dell'offerta tematica dell'area. Oggi nella sua naturale evoluzione l'organizzazione turistica lavora in accordo con le norme regionali e comunitarie e grazie ai fondi ad esse collegate su progetti orientati alla sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Il Consorzio è operativo nella creazione di un'offerta turistica integrata che comprende vacanze individuali e gruppi, nell'organizzazione di eventi musicali, culturali, enogastronomici, sportivi, nell'assistenza turistica e logistica per tour-operator e agenzie viaggio, associazioni culturali ed enti e nella promozione di iniziative di turismo volte a valorizzare il patrimonio naturalistico e culturale locale del Tarvisiano.

**CONSORZIO PROMOZIONE TURISTICA DEL TARVISIANO,  
SELLA NEVEA E DI PASSO PRAMOLLO**

via Roma, 14 - 33018 Tarvisio (Ud) - Italy

T+39 0428 2392 / e-mail: [consorzio@tarvisiano.org](mailto:consorzio@tarvisiano.org) / [www.tarvisiano.org](http://www.tarvisiano.org)

**[www.tarvisiano.org](http://www.tarvisiano.org)**



© Consorzio Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e di Passo Pramollo

Illustrazioni: Pietro Nicolauich / Mattotti - Avril - Print: LithoStampa (Udine) - Fotografie: © Archivio CoProTur - Vietata qualsiasi riproduzione anche parziale.

## PIANO DI GESTIONE DELLA DESTINAZIONE DEL TARVISIANO

# Indice dei contenuti

### VISION, MISSION, MODELLO OPERATIVO

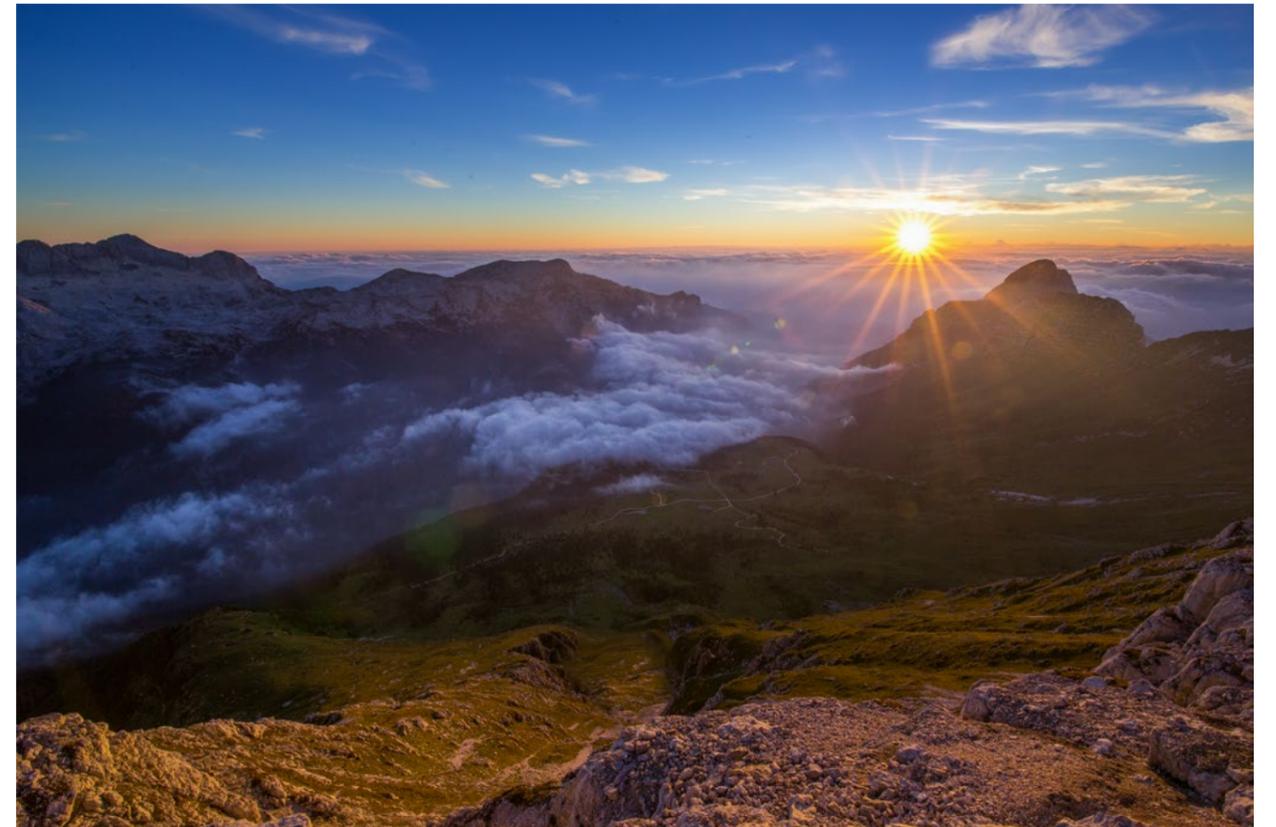
Il percorso di sostenibilità	P — 06
Verso l'ecodestinazione	P — 10
La destinazione Tarvisiano	P — 18

### PROGETTUALITÀ 2023-2024

Progettualità in corso	P — 24
Conclusioni	P — 35



# VISION, MISSION E MODELLO OPERATIVO



# 1. Il percorso di sostenibilità

## 1.1 I contesti globale e locale in un clima che cambia

Gli studi scientifici attuali sul tema dei cambiamenti climatici e in particolare sul riscaldamento globale sono oggi sempre più consolidati, mettendo in evidenza come le cause principali siano costituite dall'impiego massiccio di combustibili fossili e dallo sfruttamento del territorio e delle sue risorse naturali. I dati sul contesto globale ci parlano di un mondo complesso e in costante cambiamento, che può essere a volte scoraggiante.

Ad esempio, non siamo per nulla in linea con i **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite**: circa la metà sono moderatamente o severamente disallineati rispetto ai target condivisi, e più del 30% non hanno visto miglioramenti o sono addirittura regrediti sotto i livelli del 2015 (anno baseline). Invece, l'ultimo **Global Risks Report**, pubblicato annualmente dal World Economic Forum, ci rivela come, nel breve termine, i rischi percepiti come maggiori siano: eventi meteorologici estremi, cattiva informazione e disinformazione e polarizzazione della società.

Prima di tutto dobbiamo sottolineare gli impatti sull'ambiente. Essi sono molteplici e gravano non solo sulla salute stessa dell'uomo, ma anche su quella delle piante e degli animali esponendoli a numerosi rischi legati alla graduale riduzione o addirittura scomparsa dei loro habitat specifici. Infatti, se consideriamo un arco di tempo di 10 anni, invece, **i rischi più impellenti sono proprio quelli ambientali**; oltre agli eventi meteorologici estremi già menzionati, ricordiamo che un cambiamento critico nel sistema terrestre porta alla perdita di biodiversità e al collasso degli ecosistemi. Una percezione del rischio ben fondata, visto che **nel 2023 abbiamo superato 6 dei 9 limiti planetari (planetary boundaries)** che permettono all'umanità di continuare a prosperare e che **1 habitat su 3 risulta deteriorato** (dati European Environmental Agency). **Con il 2023 che è stato l'anno più caldo** da quando è iniziato il monitoraggio delle temperature (ca. 1800), ci stiamo pericolosamente avvicinando a quell'aumento medio di temperatura di 2°C che porterebbe, anzi sta già portando, al cambiamento dei delicati equilibri terrestri, e che la comunità scientifica conferma essere di causa antropica. A questo proposito si stima che, negli ultimi 40 anni, **l'Europa abbia "perso" 487 miliardi di € a causa di eventi climatici estremi** (dati European Environmental Agency ed Eurostat).

Nonostante la sua spiccata resilienza (il 2024 potrebbe essere l'anno in cui il turismo globale tornerà ai livelli pre-pandemici), **il turismo resta un'attività sensibile ai cambiamenti climatici**. Recenti studi pubblicati dalla Commissione Europea proiettano già le perdite per la filiera secondo i vari scenari climatici, con la regione Mediterranea che sarà quella più colpita. Allo stesso tempo, **il turismo è concausa di tali cambiamenti**: si ritiene sia responsabile dell'11% delle emissioni globali di gas ad effetto serra e del 5,8% dei prelievi globali di acqua dolce. Nella complessità del sistema turistico in un mondo che cambia dobbiamo considerare non solo le variabili puramente ambientali, ma anche quelle geopolitiche, i cambiamenti sociali, le diverse dinamiche motivazionali e di scelta della vacanza e, non da ultimo, l'impatto della digitalizzazione e l'evoluzione (auspicabile) verso il modello Smart Tourism Destination.

Gli effetti del cambiamento climatico toccano le aree montane in maniera diversa e per alcuni aspetti più intensa. Secondo la Convenzione delle Alpi, **la temperatura nelle Alpi è cresciuta quasi del doppio rispetto alla media dell'emisfero settentrionale, raggiungendo già quei +2° di temperatura media a cui si accennava prima**. Ciò ha effetto non solo sul turismo (soprattutto quello legato alla neve), ma anche sulla disponibilità di risorse idriche, sulla salute delle foreste e della biodiversità, sull'agricoltura e sulla frequenza di fenomeni naturali pericolosi. Infatti dagli ultimi dati scientifici emerge che la montagna è sempre più soggetta a fenomeni estremi che provocano l'intensificarsi di pesanti dissesti idrogeologici, come ad esempio l'aumento delle frane e dei crolli anche in prossimità degli abitati causando l'abbandono delle aree sottoposte a tale rischio. Inoltre, l'aumento della temperatura e il calo delle precipitazioni nevose modificano la stratificazione del suolo (con variazioni anche della densità della vegetazione) rendendolo potenzialmente più esposto ad instabilità.



La fauna e la flora autoctone diventano così più vulnerabili alle patologie, portando così alla diminuzione della loro riproduttività con conseguente invasione delle **specie aliene che trasformano la biodiversità boschiva ed erbacea**.

I cambiamenti climatici infatti hanno portato alla migrazione di molte specie arboree e anche di animali in favore della loro sopravvivenza. Situazioni sempre più frequenti come quelle della **siccità e delle ondate di calore** provocano una sempre maggiore perdita della superficie delle foreste. Anche l'allevamento e la produzione agricola risentono soprattutto dell'aumento delle temperature medie annue e stagionali, ma anche degli eventi meteorologici intensi che espongono gli animali al rischio di riduzione della disponibilità idrica per la loro crescita e sopravvivenza e le colture al rischio di perdite e diminuzione dei rendimenti.

Dal punto di vista turistico nel territorio montano se da un lato l'aumento delle temperature primaverili e autunnali favorisce **l'allungamento della stagione per le attività escursionistiche e di villeggiatura** creando forte competitività con le aree balneari, dall'altro **il calo delle precipitazioni nevose fa accorciare quella invernale** facendo diminuire le possibilità per i turisti di dedicarsi agli sport e alle attività sulla neve. Infatti, a livello di innevamento, si è osservato come negli ultimi 50 anni nelle Alpi ci sia stata una riduzione del 5,6% per decade. Anche in Friuli Venezia Giulia (dati ARPA 2023) aumentano le temperature medie (ad esempio, aumentano i giorni e le notti calde e diminuiscono i giorni di gelo), e si riducono le precipitazioni primaverili ed estive. Questa inversione di tendenza porta il rischio per queste destinazioni di non essere più attrattive in favore di altre zone poste a latitudini maggiori con il conseguente aumento dei costi per la gestione dei servizi e delle infrastrutture turistiche (soprattutto nel periodo di maggior afflusso turistico e quindi fabbisogno idrico ed energetico). **Anche il patrimonio culturale di queste aree non è esente da potenziali danni dovuti ai cambiamenti climatici.**

L'aumento della frequenza degli eventi estremi, insieme all'aumento delle temperature, contribuisce ad accentuare le problematiche conservative delle opere che portano di conseguenza ad una maggiorazione dei costi di gestione e delle spese per i lavori di restauro.

## 1.2 Il percorso di sostenibilità del Tarvisiano

Nella primavera del 2021, grazie al percorso di sostenibilità incominciato nel 2020 dal Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, la destinazione ha ottenuto il certificato di destinazione per il turismo sostenibile secondo gli standard internazionali GSTC (Global Sustainable Tourism Council). Il percorso è stato intrapreso insieme al vicino comprensorio di Hermagor – Pressegger See con l'obiettivo di ottenere una certificazione che riflettesse il carattere transfrontaliero del territorio e dell'offerta. Il Tarvisiano ed Hermagor sono state tra le prime destinazioni in Europa ad ottenere la certificazione GSTC. L'iniziativa è stata intrapresa per promuovere a livello territoriale la sostenibilità e la responsabilità sociale in ambito turistico ed ha permesso, nel tempo, di portare avanti un **processo di sensibilizzazione e di coordinamento degli operatori** che è tuttora in itinere e in costante evoluzione.

La sostenibilità passa per una buona gestione e programmazione; per questa ragione anche la destinazione del Tarvisiano si sta impegnando in questo senso, valorizzando un percorso durato più di 30 anni e che vede la certificazione GSTC come una delle *milestone* raggiunte. Lungi dall'essere un punto di arrivo, **la certificazione è piuttosto un punto di partenza** per una riflessione più profonda su cosa voglia dire fare turismo, in un processo di miglioramento continuo.

Per questo il Consorzio, nell'ambito del progetto Green Tourism In the Mountains (Green TIM)<sup>1</sup> e consapevole di tale necessità, nella primavera del 2023 ha intrapreso un percorso di partecipazione tra gli operatori del territorio, che ha previsto due incontri per riflettere insieme sui concetti chiave propri di una destinazione turistica sostenibile (figura 1).

Il presente documento rappresenta il **Piano di Gestione della destinazione** e si articola in due sezioni. La prima, quella strategica, si concentra sulle vision e mission turistiche, la delineazione dell'offerta e l'analisi dei movimenti turistici nella destinazione. La seconda sezione del documento si concentra invece sull'operatività, andando a presentare tutti i progetti e le iniziative in essere, nonché le linee di intervento che coinvolgono l'intera filiera turistica.

<sup>1</sup> Green Tourism in The Mountains è un progetto transfrontaliero finanziato nell'ambito del Programma Interreg V-A Italia-Austria 2014-2020 > CLLD-Strategia HEurOpen



### SCRIVIAMO INSIEME LA NUOVA STRATEGIA TURISTICA DEL TARVISIANO

Il piano di sviluppo turistico di una destinazione è il primo passo verso sostenibilità e la progettazione partecipata è la metodologia migliore per garantire la visione del turismo come un bene comune per la comunità locale. Il consorzio il Tarvisiano invita i diversi attori della filiera turistica a **2 workshop** pensati per la messa a fuoco di un nuovo concetto turistico per la nostra destinazione. Gli incontri si articolano in due momenti: nel primo ci lasceremo ispirare da **buone pratiche** turistiche mentre nel secondo **progetteremo insieme** le future azioni verso una destinazione sempre più coesa, competitiva e sostenibile.

**5 giugno 2023, Golf club**

**L'ecodestinazione: evoluzione del concetto turistico di territorio**

Stefano Ravelli - Direttore APT Valsugana

Attività partecipativa: **Quale concetto turistico per il Tarvisiano?**

**7 giugno 2023, Golf club**

**Il patrimonio turistico di un territorio**

Carlo Runggaldier - Direttore Cooperativa turistica San Vigilio di Marebbe

Attività partecipativa: **Scriviamo le azioni del nostro piano operativo**

L'invito è aperto agli operatori turistici e portatori di interesse della filiera turistica del territorio. Tutti gli incontri si svolgeranno **dalle 10 alle 16**.

Si raccomanda puntualità e costanza nella partecipazione. Per permetterci di organizzare al meglio gli incontri, chiediamo di dare riscontro della propria presenza scrivendo a:  
[consorzio@tarvisiano.org](mailto:consorzio@tarvisiano.org)

Per informazioni:  
Consorzio di promozione turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e del Passo Pramollo  
**0428 2392**

Figura 1. Locandina degli incontri

## 2. Verso l'ecodestinazione

### 2.1 Il concetto di destinazione

Tecnici del turismo e legislatori sono sempre più consapevoli che il modello turistico in grado di garantire sviluppo per il territorio si può raggiungere solo attraverso **un contesto collaborativo e sinergico tra tutti gli operatori del sistema turistico locale**. Per questa ragione da circa vent'anni si è introdotto il concetto tecnico di Destinazione turistica e in Europa hanno preso forma le **Destination Management Organization (DMO)**.

La **Legge Regionale che attualmente disciplina il turismo in Friuli-Venezia Giulia è la L.R. 9 dicembre 2016, n. 21**. Essa chiarisce i diversi enti preposti alla programmazione del territorio e ne definisce le competenze. È dunque su questa base che si configura l'attività del Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e di Passo Pramollo, che vanta oltre trent'anni di esperienza nella gestione e promozione della destinazione turistica.

**Tutte le destinazioni turistiche sono in continua evoluzione** in base a quanto richiesto dal mercato, dal territorio e dagli aderenti e modificano i loro modelli organizzativi per rispondere alle seguenti priorità:

- coordinarsi e fare regia per **raccogliere investimenti** volti alla promozione territoriale;
- perseguire finalità di interesse pubblico per lo **sviluppo e la promozione del territorio** tramite il coordinamento tra i comuni, altri enti pubblici e gli operatori privati;
- mantenere vitale il **rapporto tra organizzazione e prodotto turistico**;
- diffondere la **conoscenza e la consapevolezza del turismo di territorio** in modo da applicare gli approcci del *destination management* e *destination marketing*.

Il processo di strutturazione di una destinazione turistica è assimilabile a quello di costruzione di una casa (figura 2).

Le fondamenta vengono disposte dalla **governance territoriale**, che mette a sistema le risorse esistenti. Su questa base si innestano i tre pilastri fondamentali del destination management: **infrastrutture, accoglienza e servizi**. È grazie ad essi che le risorse del territorio sono rese fruibili e diventano un vero e proprio prodotto. Infine il tetto, la parte più esterna, rappresenta il **destination marketing** attraverso azioni di promozione e commercializzazione.

Questo schema evidenzia come ogni elemento della destinazione sia fondamentale per il suo successo. In particolare, se i pilastri della gestione territoriale sono deboli, la struttura è destinata prima o poi a cedere, a prescindere dalla qualità del marketing. Al fine di rendere più facilmente comprensibile il concetto di Destinazione si propone il box seguente dove la destinazione è paragonata ad un albero.

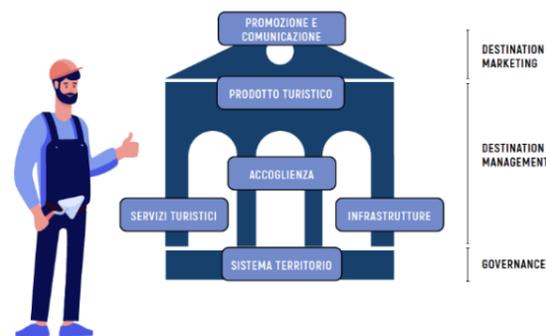


Figura 2. La destinazione è una casa © Etifor

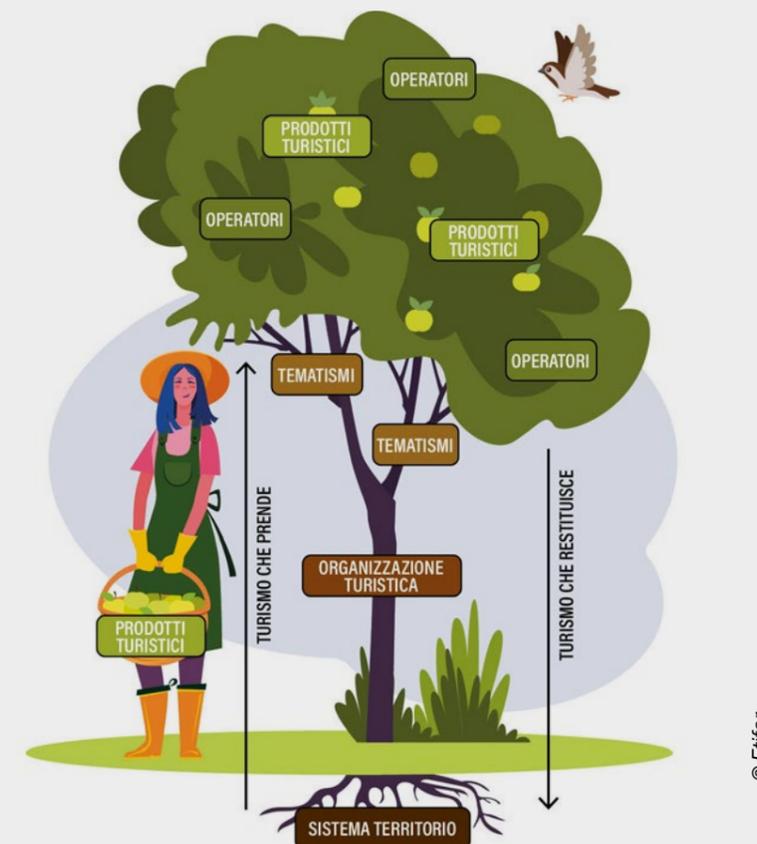
### La destinazione è un albero

La destinazione turistica può essere intesa come un albero, cioè come un organismo vitale, in continua evoluzione, che si rinnova con il susseguirsi delle stagioni senza rinnegare la sua identità. Nella silenziosa capacità di adeguarsi alle sollecitazioni esterne, come l'albero mette a frutto il ricco patrimonio genetico, così la destinazione fa turismo usando nel migliore dei modi la cultura dell'accoglienza, il bagaglio di esperienze turistiche e il patrimonio ambientale ed artistico.

La destinazione è un **"organismo" con specifiche funzioni interconnesse e funzionanti ben radicato nel sistema territorio**.

Per sistema territorio si intende quell'insieme di risorse e relazioni costituito da: patrimonio naturalistico, storico, artistico (capitale territoriale), il tessuto produttivo di aziende piccole medie e grandi (capitale economico e finanziario), la popolazione residente (capitale umano) e le relazioni tra le parti (capitale sociale).

Si capisce quindi come il sistema economico-finanziario caratterizzi la destinazione, e lo fa senza che si veda in apparenza. Inoltre, spesso la popolazione locale non conosce le proprie risorse naturali o storico-artistiche, e questo toglie spinta all'energia del territorio che serve a far crescere l'albero. Rispetto al capitale sociale, è importante che le diverse parti parlino la stessa lingua, ossia siano allineate sui concetti chiave dello sviluppo turistico di destinazione, e che i litigi avvengano "con metodo" in modo da non intaccare il capitale sociale.



© Etifor

**Le destinazioni organizzate sono sistemi che connettono il sistema territorio con il mercato turistico attraverso il lavoro degli operatori turistici**, dimostrano capacità di analisi e di resilienza, esprimendo decisioni efficaci in maniera da consentire alle imprese turistiche di operare in maniera coordinata. In altre parole l'organizzazione turistica si comporta come il tronco dell'albero che sostiene i rami e gli apparati fogliari. Per la destinazione turistica i rami sono i tematismi turistici. La domanda turistica cambia vorticosamente e sollecita la destinazione a offrire nuovi servizi chiedendo alle imprese di differenziarsi e specializzarsi. L'albero decide di far uscire i rami per una duplice motivazione: perché lo sente dentro (nel proprio patrimonio genetico) e perché riceve i giusti stimoli dall'esterno (raggi solari).

Le foglie, dove avviene la fotosintesi clorofilliana, sono quindi le imprese del sistema turistico. Si tratta di imprenditori sempre più professionali e specializzati che nell'offrire servizi di qualità attivano l'economia turistica che diffonde energia al sistema territoriale nel suo insieme. Per la destinazione il prodotto turistico è il frutto dell'organismo, ovvero **una sintesi di servizi pianificata e gestita dalla DMO** per rendere l'esperienza del turista fruibile e garantita. Il prodotto turistico è necessariamente espressione di un sistema-territorio.

## 2.2 L'evoluzione del concetto turistico di territorio

Da un punto di vista dell'evoluzione organizzativa delle DMO, la *tabella 1* seguente permette di chiarire come stanno cambiando le funzioni vitali del turismo territoriale. Il concetto di **ecodestinazione** deve essere interpretato dunque non come una destinazione attenta solo al rispetto degli equilibri naturali quanto piuttosto ad una visione olistica del turismo in grado di attivare tutte le relazioni sociali, ambientali ed economiche del territorio. Va da sé che in questa visione la sostenibilità non sia appiattita ad elemento di marketing, ma implichi che **l'organizzazione turistica si prende cura del sistema territorio nel suo insieme**.

Vedere il territorio come un sistema e considerare il turismo come uno dei mezzi per servire il territorio, vuol dire **considerare il turismo come bene comune**. Questo concetto fa eco alla metafora della destinazione come un albero ben radicato nel sistema territorio e che vuole permettere a tutti di godere dei suoi frutti. Pensare alla destinazione in ottica di ecodestinazione richiede chiaramente **un cambio culturale** nel modo di intendere e fare turismo. Da queste riflessioni emerge fortemente come il turismo sia ben più di un settore economico, ma un vero e proprio sistema di relazioni.

	LOCALITÀ	DESTINAZIONE	ECODESTINAZIONE
<b>Fase di sviluppo</b>	Avvio	Maturità	Rigenerazione
<b>Configurazione</b>	Punto a punto	Rete	Multisetoriale
<b>Approccio</b>	Aziendale	Comunità	Ecosistema
<b>Fattori attrattivi</b>	Resort - hotel	Ambiente integro	Ambiente integro
<b>Visione turistica</b>	Settore economico	Sistema economico	Sistema territorio
<b>Organizzazione</b>	Spontaneistico	DMO - marketing	DMO - management

Tabella 1. L'evoluzione del concetto turistico di territorio

**Il Tarvisiano ha iniziato un percorso di evoluzione** che lo impegna non solo nel marketing territoriale, ma anche in azioni che abbracciano lo sviluppo turistico sostenibile. Il principale obiettivo da raggiungere per il Consorzio resta il posizionamento dell'offerta turistica locale, ma questo si arricchisce di azioni quali:

- La crescita del valore del marchio e della consapevolezza della destinazione;
- il rafforzamento dell'attrattività dell'offerta di prodotti e proposte turistiche esistenti;
- la creazione di esperienze turistiche a partire dai prodotti già esistenti o ancora da sviluppare;
- l'aumento degli arrivi e delle presenze sul territorio e allungamento della permanenza media, in modo da esprimere compiutamente la catena di valore della filiera turistica;
- il richiamo di una nuova tipologia di clientela e la fidelizzazione dei flussi esistenti;
- la diversificazione del prodotto turistico e la garanzia di qualità dello stesso;
- il miglioramento del posizionamento dell'offerta turistica del comprensorio sui mercati italiani ed esteri;
- la destagionalizzazione e distribuzione sull'intero territorio dei flussi turistici;
- la facilitazione della fruizione, messa in rete e integrazione dei servizi offerti attraverso l'organizzazione di un sistema di risorse territoriali;
- il miglioramento della competitività di un territorio a rischio di spopolamento diffondendo un approccio innovativo di fruizione del progetto turistico;
- il miglioramento della **qualità di vita della comunità locale**;
- il richiamo di nuovi investitori e il supporto alla nascita di nuove imprese;
- la promozione dei valori del territorio;
- l'attività di sensibilizzazione del territorio rispetto ai temi della sostenibilità.

Molti di questi punti non sono legati direttamente al marketing turistico inteso in senso stretto, ma che **adottano la visione di ecosistema turistico**: il turismo è al servizio del territorio per promuovere uno sviluppo in linea con i valori del territorio e accrescere la qualità di vita. Un buon piano di sviluppo turistico deve inoltre **avere chiare le varie funzioni** che rendono possibile tale sviluppo, nonché deve assegnare a degli **enti responsabili** l'attuazione di tali funzioni. **La governance nel turismo** si struttura su più livelli, coinvolgendo ambiti amministrativi provinciali e regionali ed istituzioni pubbliche e private. La *tabella 2* illustra le funzioni per la destinazione il Tarvisiano, con specificata l'influenza che va da molto influente a non influente a seconda del colore:

	DMO REGIONALE (PROMO TURISMO FVG)	DMO LOCALE (IL TARVISIANO)	CAMERA DI COMMERCIO	COMUNI	GAL	PARCO NATURALE DELLE PREALPI GIULIE AREA MAB	UNIONE MONTANA	REGIONE	ALTRI ENTI
PIANIFICAZIONE STRATEGICA	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente
INFRASTRUTTURE TURISTICHE	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente
RELAZIONI DI TERRITORIO (GOVERNANCE)	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente
DESIGN DI PRODOTTO	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente
FORMAZIONE	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente
COMUNICAZIONE, PROMOZIONE	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente
INFO ACCOGLIENZA (IAT)	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente
COMMERCIALIZZAZIONE	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente	Molto influente



Tabella 2. Le funzioni turistiche per la destinazione Tarvisiano



## 2.3 Per un approccio rigenerativo al turismo

Le destinazioni stanno sempre più prendendo consapevolezza rispetto alle responsabilità di trovare un nuovo bilanciamento fra economia e natura, flussi turistici e sostenibilità per i residenti. In uno scenario turistico internazionale in cui **la sostenibilità inizia ad essere un requisito minimo** in ogni modello gestionale e di sviluppo, c'è bisogno di "andare oltre". È in questo contesto che si inserisce il **concetto di rigenerazione**, considerato come la naturale maturazione della sostenibilità (fig. 3). Adottare un approccio rigenerativo al turismo è come intraprendere un viaggio lungo e costante verso la **creazione di relazioni mutuamente benefiche** tra tutte le parti del sistema territorio. Esso significa **mettere al centro di ogni azione turistica tre pilastri**:

- **Le comunità**

L'autenticità deve caratterizzare l'offerta, fatta di esperienze immersive che permettono lo scambio di visioni e culture senza intaccare però il futuro delle destinazioni ospitanti. Sono le comunità che conservando il proprio *genius loci*, arrivano ad auto-determinare il futuro turistico del proprio territorio. Allargare la visione turistica, che di solito vede coinvolti solo gli operatori, per includere la comunità intera vuol dire sorpassare la logica che solo gli operatori turistici fanno turismo.

- **Il luogo**

Il turismo è un fenomeno complesso che tocca ogni aspetto della vita di un luogo. Fare turismo rigenerativo vuol dire avere impatti positivi sul luogo che si visita attraverso il turismo, non limitandosi quindi al preservare lo *status quo* e non creare danno, ma puntando a rigenerare il contesto in cui si opera. Questo traduce anche un'altra visione, ovvero quella di un territorio dove il benessere stesso sia un fatto comune (della comunità), e non solo appannaggio del turista. Che senso ha avere un turista che sta bene e una comunità che non è in salute o addirittura si oppone al turismo? Solo così gli ospitanti saranno ben disposti ad aprirsi all'arricchimento culturale che viene dal loro ospitare.

- **La natura**

Il turismo diventa attento agli equilibri ambientali ed ecologici e la natura diventa vera e propria portatrice di interesse. Vuol dire, ad esempio, non considerare più il bosco come "sfondo" ma come ecosistema e portatore dell'interesse. Il Tarvisiano già offre un ventaglio di proposte esperienziali in bosco: la foresta di Tarvisio può essere l'asset più prezioso per spiegare ai turisti il rapporto uomo-natura proprio a questo territorio e a chi lo vive.

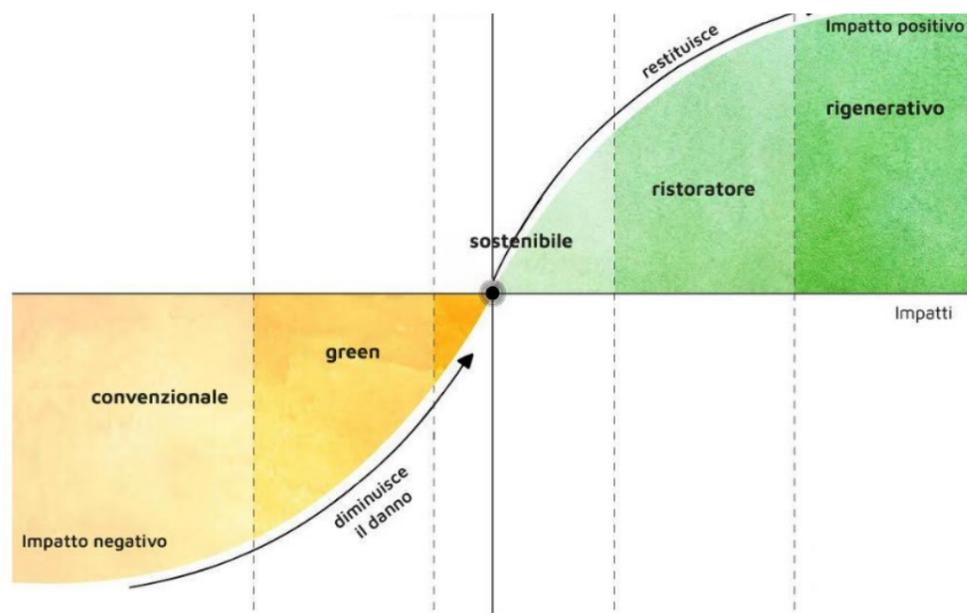


Figura 3. Diagramma d'impatto: dal design convenzionale al design rigenerativo © Sphera Sostenibile

Il bisogno di "fare sistema" e la visione del viaggio come arricchimento culturale ci portano a riflettere su due concetti molto cari al turismo territoriale, ossia quelli di accoglienza ed ospitalità. Seppur possano sembrare sinonimi, con **ospitalità** intendiamo le attenzioni, la cura dei dettagli, la cortesia, l'amicizia e il calore umano, il vero contrapposto al falso e la sincerità alla pura messa in scena. L'ospitalità è una vera e propria **cultura** e si oppone alla monocultura turistica e alla mera massimizzazione dei profitti. Con **accoglienza** invece si intende la **capacità professionale** di "mettere insieme" l'ospite con il territorio, di legarlo, di stabilire con esso un legame, di ridurre le differenze con l'ospitante. L'ospite che si sente accolto si sente più sicuro nella gestione del suo tempo, riesce a essere più tollerante e superare con maggior facilità eventuali difficoltà che si possono frapporre durante il soggiorno. Le manifestazioni di accoglienza devono essere evidenti, ad esempio installare un cartello che permetta a chi arriva sul territorio di essere "salutato".



## 2.4 Le Smart Tourism Destinations

Se da un lato l'attenzione verso la sostenibilità ha portato le destinazioni a confrontarsi con nuovi approcci rigenerativi, dall'altro i cambiamenti sociali e l'introduzione di innovazioni digitali e tecnologiche negli stili di vita dei turisti sta spingendo le destinazioni a fare maggiore attenzione all'approccio *smart destination* (destinazioni turistica intelligente). In tale approccio, la transizione verso un turismo più sostenibile viene implementata dalla **transizione digitale** grazie ad un uso intelligente dei dati.

La Commissione Europea definisce una *smart destination* come:

*"...una destinazione dove i vari stakeholder, sotto il coordinamento della Destination Management Organization, facilita l'accesso al turismo e ai prodotti per l'ospitalità, servizi, spazi, ed esperienze attraverso soluzioni innovative basate sull'ICT<sup>2</sup>, rendendo il turismo sostenibile e accessibile, e sfruttando appieno il loro patrimonio culturale e creativo. Questo significa affrontare e migliorare la qualità della vita della popolazione locale, in quanto beneficerebbe di uno sviluppo socio-economico sostenibile e risulterebbe attivamente coinvolta nella promozione della cultura digitale dell'area."*<sup>3</sup>

Le priorità di intervento di tale approccio comprendono (figura 4):

1. **Strategia:** definizione di una strategia, meglio se in maniera partecipativa, riguardante l'uso dei dati nella destinazione e relativo piano operativo.
2. **Infrastrutture e tecnologia:** perché i flussi e le analisi dei dati siano consentiti, sono necessarie infrastrutture e tecnologie idonee, in cui le destinazioni dovrebbero investire. Importante in questo contesto anche il tema della standardizzazione dei dati.
3. **Imprenditorialità e business:** è importante che la DMO collabori con il settore privato che è in grado sia di offrire analisi di dati chiave e servizi di *travel intelligence*, sia di essere motore di innovazione nel territorio.
4. **Dati:** identificazione di flussi di dati (interni ed esterni alla destinazione) e dataset rilevanti, messa a disposizione ed interpretazione di tali dati. La gestione del dato è importante perché se la destinazione non ha il controllo dei flussi sarà la domanda a governare.
5. **Competenze:** nuove sfide chiamano nuove o rinnovate competenze, nonché richiedono un cambio culturale nel modo di fare e gestire l'ecosistema turistico.
6. **Governance:** una buona governance in una *smart destination* serve a garantire un'efficace gestione dei dati e stimolare l'innovazione.

Il Tarvisiano può vantare numerose progettualità e passi avanti in tema di Smart Tourism Destination. Tra le tecnologie a disposizione: **il lancio del nuovo sito ([www.tarvisiano.org](http://www.tarvisiano.org))**, dove si è consolidato l'utilizzo di un Destination Management System (Feratel), e l'attivazione di diverse piattaforme quali Outdooractive e Regiondo; **la Plus Card Holiday**, che si applica a servizi ed attrazioni anche nelle vicine Austria e Slovenia. Il tutto permette di collegare in maniera smart il Tarvisiano con l'offerta Regionale PromoTurismoFVG e con quella delle destinazioni d'oltre confine, in una visione di destinazione transfrontaliera.

<sup>2</sup> Information Communication Technologies

<sup>3</sup> Guida europea sull'uso dei dati per le destinazioni turistiche. Smart Tourism Destinations SI2.843962 Luglio 2022

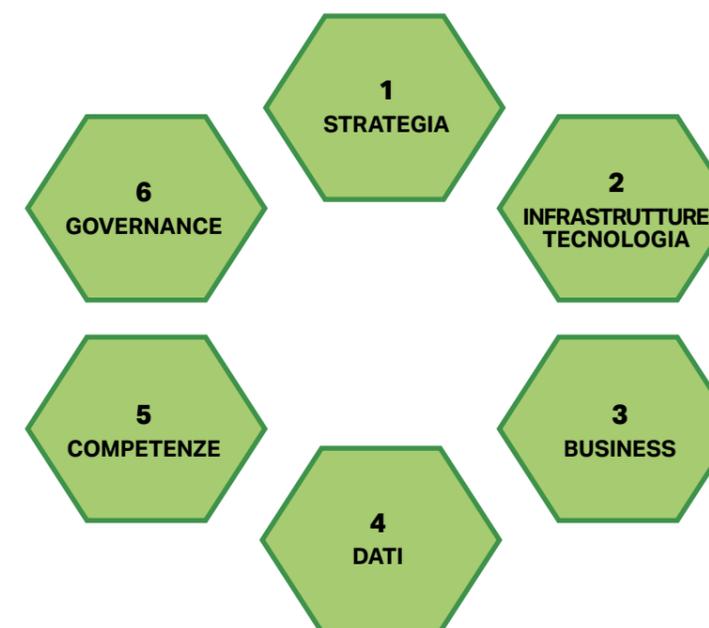


Figura 4. Priorità di intervento delle Smart Tourism Destinations - dalla Guida europea sull'uso dei dati per le destinazioni turistiche (2022)



# 3. La destinazione Tarvisiano

## 3.1 Vision e mission di destinazione

Il Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e del Passo Pramollo, in qualità di DMO e di Tour Operator, riveste un **ruolo chiave nella gestione del sistema territoriale per il perseguimento di uno sviluppo turistico sostenibile e responsabile**. L'obiettivo del Consorzio è quello di promuovere un approccio che massimizzi gli impatti positivi e minimizzi gli impatti negativi del fenomeno turistico attraverso il coinvolgimento diretto di tutti i portatori di interesse locale.

In tal senso **la missione del Consorzio** è proprio quella di divenire il primo riferimento per gli operatori turistici locali con l'obiettivo di supportarli nel processo di transizione verso la sostenibilità, attraverso un rapporto di cooperazione che permetta di condividere nuove conoscenze, migliorare le reciproche competenze, stabilire obiettivi condivisi e raggiungere un equilibrio tra gli interessi della comunità locale, degli stakeholder e dell'ambiente.

**La visione che guida il Consorzio** è quindi quella di riuscire a posizionarsi sul mercato come la destinazione turistica transfrontaliera più sostenibile dell'arco alpino, valorizzando l'unicità del patrimonio naturalistico e culturale che contraddistingue quest'area di confine.

Si presenta di seguito l'offerta turistica della destinazione, con i suoi tematismi divisi per stagionalità (estate, inverno o *all seasons*), e i prodotti turistici corrispondenti, dettagliati nella *tabella 3*.

## ESTATE

### Tematismo: ESCURSIONISMO E ALPINISMO

#### Prodotti:

- Vie alpinistiche, storia dell'alpinismo
- Alpe Adria Trail
- Juliana Trail
- Monte Lussari (pellegrinaggi)
- Kugy: 3 anelli di fondovalle, di bassa, media montagna e di alta quota, in nome del famoso alpinista Julius Kugy
- Ferrate: Canin, Mangart, ecc...
- Rete sentieristica

### Tematismo: CICLOTURISMO

#### Prodotti:

- Alpe Adria
- Bike park (progetto in itinere)
- Sentieri fruibili in MTB, si sta lavorando con la Regione per capire tematiche relative alla responsabilità (accordi di foresta)
- Ripercorrere le strade del Giro d'Italia (Lussari)
- Giro d'Italia di ciclocross

### Tematismo: SPIAGGE E LAGHI

#### Prodotti:

- Cave del Predil
- Laghi di Fusine
- Torrentismo, canyoning, cascate
- Camporosso (Biolago)

### Tematismo: VACANZA NATURA E BENESSERE

#### Prodotti:

- Speleoterapia (nelle miniere)
- Bagno in foresta e forest therapy
- Attività di introspezione con il cavallo Yang
- Sentieri didattici

### Tematismo: GOLF

#### Prodotti:

- Non ci si percepisce come destinazione golf ma rimane un prodotto importante
- 18 buche

## INVERNO

### Tematismo: SCI

#### Prodotti:

- 40km di piste, tra cui piste di Coppa del Mondo. Livello medio-alto, con campo scuola per bambini e tre nuovi centri servizi (noleggio, kinderheim, scuola sci, info point, ecc)

### Tematismo: SCI DI FONDO

#### Prodotti:

- 60 km tra Tarvisio, Sella Nevea e Valbruna
- Anche su campo da golf innevato artificialmente
- Discipline olimpiche

### Tematismo: SCIALPINISMO

#### Prodotti:

- Freeride
- Si scia dappertutto

### Tematismo: ESCURSIONI INVERNALI

#### Prodotti:

- Fat bike
- Ciaspolate
- Wild track
- Sleddog
- Forest bathing

## QUATTRO STAGIONI

### Tematismo: VACANZE IN FAMIGLIA

#### Prodotti:

- Parco giochi Piana dell'Angelo
- Minibike park con 2 flow trail bassa difficoltà Piana dell'Angelo
- Zipline
- Pista di bob artificiale su rotaia (Fun Bob)
- Giochi in estate e in inverno
- Parco avventura di Sella Nevea
- Sentieri tematici per famiglie

- Fattorie didattiche (2)

### Tematismo: EVENTI

#### Prodotti:

- No Borders
- Ein Prosit
- Alpenfest
- Krampus
- NOF Nevee Outdoor Festival

Tabella 3. Tematismi turistici e relativi prodotti nel Tarvisiano

### Inoltre:

- **L'enogastronomia** è considerata sì un plusvalore per la destinazione, ma non rappresenta ad oggi una motivazione di viaggio;
- **Benessere e relax** vengono intesi non in maniera convenzionale, ma si considera l'ambiente come fonte di benessere. La destinazione propone esperienze di *forest bathing* e altre attività legate al benessere in natura, tuttavia non è abbastanza per definirlo motivazione di vacanza e di posizionamento del marchio sul mercato, quanto un plus all'esperienza del turista. Se il ramo "benessere" fosse coerente con i valori della destinazione, come di fatto è (la destinazione sta già lanciando messaggi promozionali di questo tipo), potrebbe diventare un elemento per caratterizzare la destinazione in futuro.

## 3.2 Movimento turistico

Arrivi e presenze non sono indicatori sufficienti a dare un quadro dettagliato dell'andamento turistico, ma possono supportare la formulazione di strategie, evidenziando trend positivi o attivando campanelli di allarme. Si veda la tabella a pagina 20 concernente i dati statistici relativi ad arrivi e presenze per i periodi gennaio-dicembre degli anni 2022 e 2023. Questi fanno riferimento a tutte le strutture ricettive presenti, sia quelle alberghiere che quelle complementari.

La **permanenza media** dei turisti nel territorio del Tarvisiano si aggira tra i 2 ed i 3 giorni (2,42), un dato in leggero aumento rispetto al 2022 dove la permanenza era di 2,34 giorni. Il trend di **percentuale di arrivi e presenze tra italiani e stranieri** rimane sostanzialmente stabile tra il 2022 al 2023. Nel 2023 infatti si è registrata una parità di arrivi italiani e stranieri, mentre nel 2022 il 48% di arrivi erano stranieri e il restante 52% italiani. Le presenze invece restano in maggioranza italiane, ovvero anche nel 2023 rappresentano il 60% del totale.

COMUNI DEL TARVISIANO	ABITANTI 2021	ABITANTI 2022	ABITANTI 2023
Chiusaforte	621	614	606
Malborghetto Valbruna	909	910	909
Pontebba	1.345	1.322	1284
Tarvisio	4.102	3.997	3966
<b>TOTALE TARVISIANO</b>	<b>6.977</b>	<b>6.843</b>	<b>6.765</b>

Tabella 4. Abitanti nei comuni del Tarvisiano

Tra gli stranieri, le nazionalità più rappresentative sono Germania, Austria e Polonia; rispetto al mercato nazionale invece, prevalgono arrivi regionali e dal nord del paese: Friuli Venezia Giulia, Veneto e Lombardia.

TOP 5 ARRIVI INTERNAZIONALI TARVISIANO			
	2022		2023
<b>Germania</b>	12.161	<b>Germania</b>	13.698
<b>Austria</b>	8.292	<b>Austria</b>	12.726
<b>Polonia</b>	8.235	<b>Polonia</b>	9.844
<b>Repubblica Ceca</b>	3.791	<b>Repubblica Ceca</b>	4.468
<b>Ungheria</b>	2.364	<b>Ungheria</b>	2.896

Tabella 5. Arrivi internazionali per anno

TOP 5 ARRIVI NAZIONALI TARVISIANO			
	2022		2023
<b>Friuli-Venezia Giulia</b>	20.715	<b>Friuli-Venezia Giulia</b>	17.301
<b>Veneto</b>	9.789	<b>Veneto</b>	11.587
<b>Lazio</b>	3.705	<b>Emilia-Romagna</b>	5.762
<b>Lombardia</b>	3.548	<b>Lombardia</b>	5.046
<b>Emilia-Romagna</b>	3.408	<b>Lazio</b>	3.806

Tabella 6. Arrivi nazionali per anno

Un'importante sfida per il futuro sarà quella di invitare i visitatori che pernottano nel Tarvisiano a restare per esplorare il territorio più a lungo prima di sconfinare nelle altre destinazioni. Al contempo sarà indispensabile favorire lo sviluppo di ulteriori posti letto, soprattutto di fascia superiore (4 o 5 stelle), per rafforzare l'offerta e la creazione di nuovi servizi. Infine, un'ulteriore sfida è rappresentata dall'obiettivo di incentivare il turista di prossimità a raggiungere la destinazione attraverso l'utilizzo di mezzi sostenibili (treno e bus).

## 3.3 Forme di finanziamento

Tra le attività previste dalla DMO uno spazio particolare deve essere riservato alla gestione degli aspetti finanziari. Gli investimenti sono necessari per la copertura dei costi fissi di gestione per **assicurare lo svolgimento delle attività durante un orizzonte temporale significativo**. Le diverse voci di entrata di un'organizzazione turistica riguardano: trasferimenti pubblici, quote associative di imprenditori privati, voci di ricavo derivanti da prestazioni offerte ai turisti, azioni di co-marketing con singoli attori economici coinvolti in specifici progetti.

Un capitolo a parte riguarda l'utilizzo della cosiddetta **tassa di soggiorno**. Si tratta di un'imposta di carattere locale applicata a carico delle persone che alloggiano nelle strutture ricettive di territori. Le modalità di applicazione differiscono molto tra destinazioni per quanto riguarda le tariffe, le modalità di riscossione, l'adozione di un regolamento, le percentuali destinate al marketing, la definizione dei centri di costo e di spesa. Nonostante le differenze di applicazione, tuttavia la tassa di soggiorno è alla base del funzionamento della quasi totalità delle destinazioni organizzate d'Europa.

Nel comprensorio del Tarvisiano la riscossione della tassa di soggiorno per il Comune di Tarvisio è entrata in vigore il 1° maggio 2023. L'applicazione di tale strumento garantirebbe una maggiore certezza nel finanziamento e darebbe la possibilità di effettuare una programmazione a medio-lungo termine. Il regolamento regionale<sup>5</sup> chiede che la tassa di soggiorno sia destinata ad investimenti, servizi e promozione strettamente legati al miglioramento della fruizione turistica. In prospettiva futura, il Consorzio è disposto a compartecipare ad investimenti congiunti al fine di garantire che la tassa di soggiorno vada a finanziare interventi con impatti positivi percepiti dal turista quali un aumento del senso di accoglienza e ospitalità garantito dalla destinazione.

I privati partecipano finanziariamente alla destinazione attraverso quote annuali fisse. Altri introiti derivano dall'attività di agenzia turistica. Rispetto ai trasferimenti pubblici, il Consorzio ottiene contributi da parte dei comuni sulla base di specifici progetti. I contributi regionali vengono distribuiti anche attraverso PromoTurismoFVG o con il Programma Operativo Regionale (POR) e il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR). Inoltre, ulteriori importanti risorse derivano dalla partecipazione a progetti di cooperazione territoriale come i programmi Interreg Italia-Österreich e Italia - Slovenia.



<sup>5</sup> Regolamento concernente la disciplina di attuazione dell'imposta di soggiorno ai sensi dell'articolo 10, comma 7, della legge regionale 17 luglio 2015, n. 18 (La disciplina della finanza locale del Friuli Venezia Giulia, nonché modifiche a disposizioni delle leggi regionali 19/2013, 9/2009 e 26/2014 concernenti gli enti locali.)

# PROGETTUALITÀ 2023 - 2024



## 4. Progettualità in corso

La presente sezione del documento si concentra sull'operatività, andando a presentare tutti i progetti attivi, nonché le progettualità che il Consorzio intende avviare nel breve-medio termine.

Nel corso del 2023 il Consorzio ha lavorato a **numerosi progetti orientati all'innovazione, al consolidamento dell'aspetto transfrontaliero della destinazione e alla sostenibilità**. Di seguito si illustrano in breve i progetti e gli eventi in corso, ognuno legato ad un obiettivo specifico e strategico identificato dal Consorzio.

### INDIEALPS

Sviluppo turistico innovativo e sostenibile nella regione Alpe Adria



Il progetto ha l'obiettivo principale di consolidare la cooperazione transfrontaliera trilaterale tra il Parco Naturale del Dobratsch (AT), il Parco Naturale delle Prealpi Giulie (IT) e il Parco Nazionale del Triglav (SI), valorizzando la vocazione internazionale di un comprensorio che racchiude in sé i principali gruppi linguistici e culturali d'Europa - slavi, romani e germani. Il progetto intende affrontare le sfide comuni dei singoli territori, attraverso le seguenti azioni:

- Analisi dei flussi di visitatori transfrontalieri, identificazione degli hotspots e di esperienze alternative di fruizione del territorio;
- Sensibilizzazione attiva rispetto al patrimonio culturale dell'area, alle opportunità di sviluppo del turismo in termini di sostenibilità e sul valore della natura senza confini;
- Azioni pilota congiunte che perseguono l'obiettivo di preservare e promuovere sostenibilmente la storia, la cultura e il patrimonio naturalistico della regione transfrontaliera.
- In quest'ambito il Consorzio avrà il ruolo di coordinatore del progetto di estensione della certificazione di sostenibilità GSTC del Tarvisiano all'intero comprensorio del Parco Naturale delle Prealpi Giulie. Supporterà inoltre il lavoro di analisi dei flussi turistici e di coinvolgimento attivo degli stakeholder dell'area. Si occuperà di realizzare alcune azioni pilota tra le quali lo sviluppo di un programma di animazione territoriale transfrontaliero e l'organizzazione di un forum del turismo sostenibile internazionale nel settembre 2025.

#### Piano finanziario

Ruolo	Area	NUTS3	Denominazione	Fondi UE (FESR)	Cofinanziamento nazionale	Risorse proprie	Costi totali
LP	KAR	AT211	Parco Naturale Dobratsch	154.148,94 € 80,00 %	28.200,00 € 14,64 %	10.337,24 € 5,36 %	192.686,18 €
PP1	FVG	ITH42	Parco naturale delle Prealpi Giulie (PNPG)	148.810,36 € 80,00 %	37.202,59 € 20,00 %	0,00 € 0,00 %	186.012,95 €
PP3	VEN	ITH36	Università degli Studi di Padova	164.502,86 € 80,00 %	41.125,72 € 20,00 %	0,00 € 0,00 %	205.628,58 €
PP4	KAR	AT211	FH Kärnten - gemeinnützige Gesellschaft mbH	128.528,40 € 80,00 %	24.095,00 € 15,00 %	8.037,10 € 5,00 %	160.660,50 €
PP5	FVG	ITH42	Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e di passo Pramollo	80.491,45 € 80,00 %	20.122,87 € 20,00 %	0,00 € 0,00 %	100.614,32 €
				<b>748.482,01 €</b> <b>80,00 %</b>	<b>164.246,18 €</b> <b>17,56 %</b>	<b>22.874,34 €</b> <b>2,44 %</b>	<b>935.602,53 €</b>

## REGENERATE

Percorsi di rigenerazione per andare oltre la sostenibilità



Il progetto ambisce ad andare oltre il concetto di sostenibilità turistica, per sviluppare una maggiore consapevolezza nei territori in cui si opera e mettere in piedi un processo di coinvolgimento attivo di tutto il tessuto sociale nella creazione di un'offerta turistica che risponda esattamente alle esigenze espresse dalla comunità e dall'ambiente naturale circostante.

La logica di intervento prevede: il WP1 assicurerà l'efficace gestione e coordinamento progettuale e un'adeguata diffusione dei risultati; il WP2 consisterà nell'analisi e nel monitoraggio dell'impatto delle politiche turistiche finora implementate nelle regioni di progetto, con una riflessione specifica sui cambiamenti correlati all'ottenimento di una certificazione di sostenibilità come il GSTC; il WP3 favorirà il prosieguo nel percorso evolutivo della governance delle destinazioni partner, grazie alla condivisione di buone pratiche, lo sviluppo di un toolkit di sostenibilità e la pianificazione di una strategia di comunicazione coordinata; infine, attraverso il WP4, le 4 destinazioni cercheranno concretamente di andare oltre alla sostenibilità, sperimentando un innovativo percorso di co-creazione dell'offerta turistica che vedrà le comunità locali, nello specifico i giovani, come protagonisti assoluti.

Attraverso il progetto il Consorzio si occuperà di implementare il progetto Tarvisiano Climate Plan, volto a calcolare entro maggio 2025 l'impatto complessivo del territorio in termini di CO2. Questo dato permetterà di comprendere lo status quo ed intraprendere una strategia mirata di riduzione e compensazione. Con questo percorso ci si prefigge l'obiettivo di ridurre gradualmente l'impatto della destinazione, ambendo dapprima allo status di carbon neutral per poi, possibilmente, raggiungere una situazione in cui sarà possibile restituire all'ambiente più di quanto venga emesso.

Infine, attraverso il progetto si prevede altresì di predisporre un toolkit da mettere a disposizione degli operatori con l'obiettivo di responsabilizzarli ad agire in maniera più sostenibile ed accompagnarli in una transizione verso la sostenibilità fornendo linee guida e strumenti concreti.

#### Piano finanziario

Ruolo	Area	NUTS3	Denominazione	Fondi UE (FESR)	Cofinanziamento nazionale	Risorse proprie	Costi totali
LP	FVG	ITH42	Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e di passo Pramollo	220.597,20 € 79,08 %	55.149,30 € 19,77 %	3.215,75 € 1,15 %	278.962,25 €
PP1	KAR	AT212	NLW Tourismus Marketing GmbH	132.498,88 € 80,00 %	25.062,42 € 15,13 %	8.062,30 € 4,87 %	165.623,60 €
PP3	VEN	ITH36	ETIFOR SRL SOCIETA' BENEFIT	161.977,60 € 76,50 %	40.494,40 € 19,12 %	9.273,60 € 4,38 %	211.745,60 €
				<b>678.365,76 €</b> <b>78,53 %</b>	<b>161.529,14 €</b> <b>18,70 %</b>	<b>23.988,70 €</b> <b>2,78 %</b>	<b>863.883,60 €</b>

## ZERO WASTE E SOSTENIBILITÀ TURISTICA

Il progetto è stato pensato nell'ambito di una collaborazione tra la Regione FVG e l'Università degli Studi di Udine al fine di mettere in campo azioni mirate sulla problematica della gestione dei rifiuti nelle maggiori località turistiche del territorio, coinvolgendo ben 14 Comuni. L'obiettivo principale del progetto è quello della promozione di buone pratiche per una gestione sostenibile dei rifiuti e la riduzione degli stessi.

In particolare il Consorzio si sta occupando di coordinare il tavolo di lavoro Zero Waste del Comune di Tarvisio, attraverso il quale si sta perseguendo la realizzazione delle seguenti azioni:

- Organizzazione di incontri formativi con gli operatori turistici del territorio per sensibilizzare questi ultimi ad una corretta raccolta differenziata nelle proprie strutture ricettive e di ristorazione e, ancor prima, ad una minore produzione di rifiuti, iniziando da un comportamento razionale in fase di acquisto dei prodotti e/o servizi.
- Promozione dell'iniziativa "Ospitalità Rifiuti Zero", grazie alla quale le strutture aderenti si impegnano a ottenere almeno 6 dei requisiti richiesti per partecipare alla campagna.
- Creazione di un disciplinare per una corretta gestione dei rifiuti in occasione degli eventi, in modo che venga rispettato l'ambiente in cui si svolge la manifestazione;

Inoltre il Consorzio, nell'ultima edizione del No Borders Festival, si è impegnato attraverso il proprio personale a controllare che i comportamenti degli spettatori fossero adeguati nell'ambito del conferimento dei rifiuti negli appositi contenitori della raccolta differenziata. L'ultimo Festival è stato anche un'edizione Plastic Free. Infatti, grazie alla vendita delle bibite in bicchieri compostabili, si è potuto riciclare nell'organico i prodotti di maggior consumo nel periodo estivo.



## 5. Nuove traiettorie di sviluppo

Le linee di sviluppo che la destinazione intende perseguire nel breve-medio termine sono sintetizzate nelle pagine successive in schede progetto la cui lettura permette di comprendere in maniera sintetica:

- obiettivo generale dell'iniziativa;
- soggetti coinvolti nell'attuazione;
- fonte di finanziamento;
- riferimenti ai Sustainable Development Goals e ai criteri del Global Sustainable Tourism Council;
- elenco di casi di benchmark a livello nazionale ed europeo.

Gestione sostenibile

TARVISIANO: UNA GESTIONE CHE PARTE DAI DATI	
<b>Obiettivo</b>	Obiettivo generale è <b>implementare l'approccio <i>Smart Tourism Destination</i></b> in modo da guidare lo sviluppo futuro del turismo cercando l'equilibrio tra ospiti e residenti, attività antropiche e tutela degli ecosistemi naturali. A confronto di altre destinazioni alpine, <b>attualmente il Tarvisiano non soffre attualmente gli effetti dell'overtourism</b> . La destinazione ha uno spazio vitale ampio, è caratterizzata da un buon rapporto posti letto/popolazione residente ed è dotata di un'organizzazione turistica in grado di pianificare un'offerta che permetta una distribuzione degli arrivi e delle presenze nel corso dell'anno. <b>Per potenziare questa attività di management il Consorzio intende lavorare sulla cultura della pianificazione a partire dall'acquisizione e dalla capacità di lettura dei dati e vuole dotarsi di strumenti smart adeguati, come i software per la gestione delle revenues e il monitoraggio della reputazione on line</b> . Un'attenzione particolare verrà posta al monitoraggio e valutazione degli eventi.
<b>Ente capofila</b>	Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, Sella Nevea e Passo Pramollo
<b>Altri soggetti coinvolti</b>	PromoTurismo FVG, Università di Udine
<b>Piano di azione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formare il personale del Consorzio all'utilizzo dei nuovi software.</li> <li>Portare gli operatori a bordo: incontri sul territorio sull'importanza e le potenzialità dell'approccio <i>data driven</i>.</li> <li>Analizzare i dati sulla fruizione delle attrattive del territorio (+card holiday).</li> <li>Survey periodiche rivolte a residenti e turisti.</li> <li>Comprare/acquisire licenze <i>SW revenue management</i>, H-benchmark, <i>Data Appeal sul sentiment</i>.</li> <li>Aggiornare i report di destinazione con nuovi indicatori.</li> </ul>
<b>Finanziamento</b>	Progetti europei
<b>Benchmark</b>	Osservatorio Turistico Regionale Federato Veneto
<b>SDGS</b>	12 Consumo e produzione responsabili 17 Partnership per gli obiettivi
<b>GSTC</b>	A3 Monitoraggio e Reportistica A8 Gestione dei volumi di visitatori e delle loro attività

Sostenibilità socio-economica e culturale

TARVISIANO: UNA FILIERA TURISTICA GIOVANE	
<b>Obiettivo</b>	L'obiettivo generale è <b>attrarre giovani nella filiera turistica locale</b> . Per fare questo si vuole lavorare al fine di incoraggiare e sostenere le opportunità di carriera e di formazione nel turismo. Il primo passo sarà colmare la mancanza di una <b>rete tra istituti professionali (turistici, es. ITT) e aziende del territorio</b> per stimolare e facilitare l'assunzione dei giovani che vogliono rimanere a lavorare nel Tarvisiano oppure attrarre giovani lavoratori provenienti da altri luoghi. Tale progettualità vuole agire positivamente sulle dinamiche di spopolamento, stimolando innovazione nelle attività promosse dal Consorzio.
<b>Ente capofila</b>	Comune di Tarvisio
<b>Altri soggetti coinvolti</b>	Referenti Istituto I. Bachmann, Co.Pro.Tur. Tarvisiano, Camera di Commercio, Comune di Malborghetto-Valbruna, Comune di Pontebba, Comune di Chiusaforte
<b>Piano di azione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effettuare uno <i>scouting</i> delle aziende interessate.</li> <li>Organizzare laboratori/giornate informative nelle scuole (<i>open days</i>).</li> <li>Creare un database alunni/posizioni aperte in aziende del territorio.</li> <li>Implementare un sistema integrato per la gestione degli annunci di lavoro attraverso la APP del Comune di Tarvisio (iniziative pilota).</li> <li>Formalizzare gli accordi di collaborazione scuola-impresa.</li> <li>Organizzare dei <i>recruiting day</i>.</li> </ul>
<b>Finanziamento</b>	tbd
<b>Benchmark</b>	Valsugana e accordi con master Svizzera (target scuole superiori istituto tecnico turistico) Piattaforma Fair Job Hotels
<b>SDGS</b>	4 Istruzione di qualità 8 Lavoro dignitoso e crescita economica
<b>GSTC</b>	B2 Lavoro dignitoso e opportunità di carriera

**Sostenibilità socio-economica e culturale**

<b>TARVISIANO: ACCESSIBILITÀ, LA NUOVA NORMALITÀ</b>	
<b>Obiettivo</b>	Obiettivo generale dell'iniziativa è quello di <b>umentare il livello di accessibilità dell'offerta turistica</b> nella destinazione, intesa in senso più ampio per includere disabilità sia fisica che cognitiva, permanente o temporanea. Negli anni il Tarvisiano e gli operatori turistici hanno sviluppato molte iniziative di qualità su questo importante argomento di interesse turistico, tuttavia per dare valore a quanto già realizzato si sente l'esigenza di consolidare <b>un modo di fare turismo in grado di rispettare i valori di diversità, equità e accessibilità per tutti, turisti e comunità locale</b> . Verrà ripensato il modo con il quale si progettano le esperienze nella destinazione e si forniscono le informazioni rispetto a servizi specifici offerti.
<b>Ente capofila</b>	Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, Sella Nevea e Passo Pramollo
<b>Altri soggetti coinvolti</b>	PromoTurismoFVG, Comune di Tarvisio, CRIBA FVG
<b>Piano di azione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisi del territorio e mappatura dei servizi turistici e dei punti di interesse naturalistico e culturale con riferimento alla loro accessibilità</li> <li>Strutturazione della sezione del portale di destinazione dedicata all'accessibilità dei servizi a favore dei turisti, ma anche della comunità locale</li> <li>Organizzazione di un processo partecipativo che coinvolga la comunità locale volto alla creazione di una nuova esperienza di turismo accessibile</li> <li>Progetto pilota Musei di Tarvisio attraverso l'utilizzo della realtà aumentata</li> <li>Progetto pilota museo a cielo aperto (installazioni)</li> <li>Attività di formazione incentrata sui temi della sostenibilità, con un focus specifico sull'accessibilità</li> <li>Predisposizione di materiale promozionale dedicato all'offerta di turismo accessibile</li> <li>Organizzazione di un evento inclusivo in occasione del No Borders Music Festival nell'ambito del programma di iniziative "Natural Sound"</li> <li>Realizzazione di un PEBA del Comune di Tarvisio.</li> </ul>
<b>Finanziamento</b>	Progetto europeo
<b>Benchmark</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marchio OPEN Trentino</li> <li>Alto Adige per tutti</li> </ul>
<b>SDGS</b>	3 Salute e benessere 10 Ridurre le diseguglianze
<b>GSTC</b>	B8 Accesso per tutti

**Sostenibilità socio-economica e culturale**

<b>TARVISIANO: PROFESSIONALITÀ ED ACCOGLIENZA</b>	
<b>Obiettivo</b>	L'obiettivo generale di questa azione è quello di <b>offrire opportunità di formazione agli operatori della destinazione</b> , sia su temi legati all'ospitalità in strutture ricettive sia per per acquisire competenze specifiche oggi assenti in valle (per esempio formare o fidelizzare una guida ambientale escursionistica che lavori per la destinazione). Il bisogno è quello di <b>garantire la qualità nell'accoglienza e nella fornitura dei servizi</b> che sono alla base dell'offerta turistica e, altresì, <b>accrescere le professionalità turistiche</b> presenti sul territorio e <b>migliorare la coesione tra gli attori territoriali</b> .
<b>Ente capofila</b>	Promoturismo FVG, riferimento Chiara Crivellaro
<b>Altri soggetti coinvolti</b>	Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e del Passo Pramollo, Associazioni locali
<b>Piano di azione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mappatura delle esigenze formative (corsi di lingua, marketing, ospitalità, ecc)</li> <li>Scouting degli operatori interessati</li> <li>Condivisione dell'analisi con PromoTurismoFVG</li> <li>Erogazione della formazione</li> </ul>
<b>Finanziamento</b>	PromoTurismoFVG, progetti europei
<b>Benchmark</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TSM - Trentino School of Management (Destinazione Unesco - Formazione per operatori turistici)</li> <li>Carta dei Servizi</li> <li>Corsi di formazione per gli operatori tenuti dalle Camere di Commercio</li> </ul>
<b>SDGS</b>	4 Istruzione di qualità 8 Lavoro dignitoso e crescita economica 12 Consumo e produzione responsabili 17 Partnership per gli obiettivi
<b>GSTC</b>	B2 Lavoro dignitoso e opportunità di carriera A5 Coinvolgimento dei residenti e riscontro

**Sostenibilità socio-economica e culturale**

<b>LA CULTURA DEL TARVISIANO</b>	
<b>Obiettivo</b>	In un comprensorio caratterizzato da una commistione di culture così ricca il rischio è che possano spesso insorgere problemi di comunicazione, di condivisione e di interpretazione della visione "turismo come bene comune". Nell'ottica di <b>prenderci cura anche del senso di identità e di appartenenza alla destinazione Tarvisiano</b> , si vogliono creare ed incentivare iniziative che avvicinino sempre più i residenti e i turisti a varie forme di cultura, intesa come arricchimento per il territorio.
<b>Ente capofila</b>	Comune di Tarvisio
<b>Altri soggetti coinvolti</b>	Cooperativa Pluriservizi Valcanale, Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e del Passo Pramollo, PromoTurismoFVG
<b>Piano di azione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No Borders Music Festival</li> <li>Ein Prosit Summer</li> <li>Progetto Kugy</li> <li>Valorizzazione progettualità "Radici" e "Al Centro della Terra"</li> <li>Potenziamento Alpen Fest</li> <li>Organizzazione residenze artistiche</li> <li>Sviluppo progetto di Land Art</li> <li>Tematizzazione parchi gioco</li> <li>Realizzazione campagna social media marketing</li> <li>Definire regolamento + Card Holiday ad uso dei residenti</li> <li>Comunicazione e promozione dell'iniziativa card per residenti.</li> </ul>
<b>Finanziamento</b>	Fondi regionali, progetti europei, finanziamenti comunali
<b>Benchmark</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Casa Mia residenze artistiche</li> <li>Progetto Nos Ladins dell'Alta Badia</li> <li>Latemar Montagna Animata</li> </ul>
<b>SDGS</b>	11 Città e comunità sostenibili
<b>GSTC</b>	A5 Coinvolgimento dei residenti e riscontro C3 Patrimonio intangibile

**Sostenibilità socio-economica e culturale**

<b>MOBILITÀ AL SERVIZIO DEI RESIDENTI</b>	
<b>Obiettivo</b>	Fare in modo che, grazie al turismo, <b>vengano sviluppati e/o potenziati servizi che vadano anche a favore dei residenti, primo fra tutti l'attivazione di un servizio di trasporto a chiamata</b> . Il processo di attivazione intende sia migliorare la cultura dell'accoglienza, sia stimolare la collaborazione tra gli operatori coinvolti.
<b>Ente capofila</b>	Comune di Tarvisio
<b>Altri soggetti coinvolti</b>	Società di trasporti operanti sul territorio, operatori privati
<b>Piano di azione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Piano di mobilità</li> <li>Apertura di un dialogo con società di trasporti</li> <li>Coordinamento tra operatori privati e consorzio per l'attivazione del servizio di trasporto a chiamata</li> <li>Predisposizione bici plan</li> <li>Installazione colonnine per e-bike</li> </ul>
<b>Finanziamento</b>	Fondi regionali, progetti europei, fondo comunali
<b>Benchmark</b>	Werfenweng, pioniere della mobilità dolce
<b>SDGS</b>	11 Città e comunità sostenibili
<b>GSTC</b>	D11 Low Impact Transportation

**Sostenibilità socio-economica e culturale**

<b>TARVISIANO: NUOVI PRODOTTI TURISTICI</b>	
<b>Obiettivo</b>	<b>Una destinazione deve essere in grado, periodicamente, di proporre nuove esperienze turistiche per venire incontro alle esigenze della domanda e migliorare la percezione della destinazione stessa.</b> Grazie a nuovi prodotti, il Tarvisiano intende promuovere la fruizione sostenibile del territorio (turismo lento), destagionalizzare l'offerta e potenziare il prodotto <i>family-friendly</i> .
<b>Ente capofila</b>	Comune di Tarvisio
<b>Altri soggetti coinvolti</b>	PromoTurismoFVG, Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e del Passo Pramollo
<b>Piano di azione</b>	<p>TREK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anello escursionistico Lago di Cave del Predil</li> <li>Ripristino trekking Kugy</li> <li>Tematizzazione itinerari di fondovalle (audio narrazione, realtà aumentata, ecc)</li> </ul> <p>BIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizzazione di un Biciplan (piano di mobilità ciclistica)</li> <li>Progettazione di un collegamento ciclabile Tarvisio-Cave del Predil</li> <li>Tabellazione itinerari bici su strada</li> <li>Tabellazione itinerari MTB/gravel</li> <li>Realizzazione <i>pump-track</i></li> <li>Sviluppo Bike Arena Tarvisiano</li> </ul>
<b>Finanziamento</b>	Fondi comunali, regionali, progetti europei
<b>Benchmark</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alpine Pearls</li> <li>Valle Maira</li> <li>Bike Park - la Paganella</li> </ul>
<b>SDGS</b>	<p>3 Salute e benessere</p> <p>8 Lavoro dignitoso e crescita economica</p> <p>11 Città e comunità sostenibili</p>
<b>GSTC</b>	<p>A8 Gestione dei volumi di visitatori e delle loro attività</p> <p>D11 Trasporto a basso impatto</p>

## 5. Conclusioni

Forte di un'esperienza trentennale e di nuove competenze ottenute attraverso l'implementazione di progetti innovativi, anche transfrontalieri, **il Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, Sella Nevea e Passo Pramollo è pronto ad evolvere ed iniziare una riflessione che vada oltre la sostenibilità.** Ciò vuol dire trasformare in opportunità quegli aspetti che ad oggi vengono visti come problematiche (bassi flussi rispetto ad altre destinazioni, carenza di strutture ricettive, multiculturalità del territorio), ed individuare gli elementi che devono fare da guida al futuro sviluppo turistico della destinazione. Per questo ci vuole coraggio e visione sistemica del turismo.

Allo stesso tempo, l'evoluzione e il cambiamento scattano solo quando c'è una comunità orientata al turismo. Bisogna creare continuamente delle opportunità per parlare di turismo, degli spazi per potersi confrontare e condividere la visione del turismo che il marchio esprime. **Questi non sono processi spontanei ed immediati, per questo vanno accompagnati e il sistema turistico territoriale va organizzato.**

**Perché la destinazione continui a guardare avanti occorre stimolare la fiducia e curare il capitale sociale nella comunità locale.** Solo così sarà possibile stimolare la nascita di nuove progettualità dal basso ed evitare il rischio di accogliere investimenti e progettualità che non hanno a cuore gli interessi del territorio e dei suoi residenti.

In conclusione si riportano le riflessioni conclusive del ciclo di incontri sulla definizione della strategia della destinazione. Si tratta della descrizione di alcune immagini prese dalla pratica alpinistica che suona come una raccomandazione.

- *“Per arrampicare, lo zaino deve essere leggero”.*  
Dobbiamo cercare di non aggravare, non mettere troppe cose nella nostra offerta e pensare che quantità equivalga a visibilità. Al contrario, **per un buon risultato servono poche cose ma di qualità e ben strutturate.**
- *“Quando si cammina insieme, la guida che cammina davanti al gruppo tiene il meno allenato vicino a sé”.*  
Bisogna lasciare che siano tutti a far parte della cordata, non solo i più forti. È importante che ci sia una guida esperta a presidio del processo di crescita turistica. **Per guida non si intende una singola personalità, ma al contrario una struttura che sia in grado di tenere unita la filiera turistica e che sia riconosciuta da quanti credono nello sviluppo del territorio.**
- *“Quando si cammina in salita verso una meta, bisogna crederci e guardare sempre avanti”.*  
**La creazione di un'unica filiera turistica tra pubblico e privato è una necessità,** perché gli operatori da soli non possono farcela e perché questo crea quel senso di appartenenza che spinge i singoli ad essere protagonisti nel “turismo bene comune”.

**CONSORZIO DI PROMOZIONE TURISTICA  
DEL TARVISIANO, SELLA NEVEA E PASSO PRAMOLLO**

via Roma, 14 - 33018 Tarvisio (Ud) - Italy

T +39 0428 2392 / e-mail: [consorzio@tarvisiano.org](mailto:consorzio@tarvisiano.org)

**[www.tarvisiano.org](http://www.tarvisiano.org)**

