

## PRIMIERO

Il testo programmatico già illustrato all'assessore provinciale Roberto Failoni

# «Svoltiamo verso un turismo più verde»

*Stompanato (Apt): «Ecco i passi da fare verso l'ecosostenibilità»*

MANUELA CREPAZ

PRIMIERO - «Un progetto che prova ad immaginare quello che sarà il futuro dell'offerta turistica fra 10 anni, consapevoli che il percorso è ambizioso e complesso e la sfida cruciale si gioca sulla condivisione dello stesso con tutte le componenti economiche e sociali del territorio, a partire dalle nuove generazioni e quindi anche dalle scuole. Un percorso identitario a step che, se condiviso con convinzione da tutti gli attori del territorio, può essere la forza motrice turistica che si tradurrà in risultati economici»

Ha esordito così il presidente dell'Apt Antonio Stompanato, sentito dall'Adige dopo la presentazione all'assessore al turismo Roberto Failoni del documento programmatico «Verso un turismo sostenibile».

**E il feed back dell'assessore qual è stato?**

«Lo ha apprezzato molto nei contenuti, lo ha definito 'coraggioso'. Insomma, è coraggioso anche per il fatto che lo presentiamo in un momento che definire difficile è poco. Ma se non possiamo modificare il presente pandemico, possiamo gestire il nostro futuro. Siamo ancora in fase di condivisione, lo abbiamo presentato in una ventina di incontri ai sindaci, ai vertici di Acsm, Cassa Rurale, operatori e partner locali per addivenire poi all'aspetto operativo se ci sarà la partecipazione condivisa».

**Di cosa si tratta?**

«È una proposta che guarda al turismo sostenibile per incidere positivamente sulla nostra economia turistica legata a filo doppio con l'eccellenza ambientale. Si basa sulla consapevolezza che il nostro territorio rappresenta un'eccellenza a livello nazionale ed internazionale, con peculiarità riconosciute e certificate negli anni da partner autorevoli, a riprova di come il filone dell'energia rinnovabile, strettamente connesso a quello della sostenibilità ambientale, stia diventando sempre di più un asset fondamentale per il territorio, un elemento attraverso cui dare nuova linfa alla programmazione turistica, ripartendo dai progetti già in essere».

**Come metterlo in pratica?**

«A step. Quello che cambierà sarà l'approccio all'ospite, a cui d'ora in avanti verrà chiesto di diventare protagonista attraverso azioni consapevoli e rispettose dell'ambiente. Nel corso degli incontri è stata pertanto illustrata una prima bozza di road map delle azioni da mettere in campo nel breve (1-3 anni), medio (3-5 anni) e lungo periodo (10 anni) con una prima elencazione delle attività operative che ciascun soggetto deve prendersi in carico per il successo finale».

**Qualche esempio?**

«Due in particolare si preannunciano di grande rilevanza: la volontà di candidare l'ambito turistico al network internazionale Alpine Pearls che raccoglie



le località turistiche dell'arco alpino impegnate a promuovere il turismo sostenibile e la mobilità dolce, e il percorso per diventare plastic free, che vedrà coinvolte le amministrazioni e la popolazione residente per dare concretezza al processo e creare un sistema premiante».

**I punti di forza?**

«Riteniamo che i tempi siano quanto mai maturi per condividere politiche per la sostenibilità ambientale in un territorio che già vive di un turismo legato alla ricerca del contatto con la natura. Gli obiettivi di tutela e valorizzazione, impliciti nelle strategie di sostenibilità, contribuiranno infatti ad aumentare l'attrattività del patrimonio ambienta-

“ **PRIMI TRAGUARDI**

Due gli obiettivi a breve: entrare nel network internazionale Alpine Pearls e diventare zona turistica “plastic free”

“ **OSPITE-COMPLICE**

Quello che cambierà sarà l'approccio all'ospite, a cui verranno chieste azioni rispettose dell'ambiente

Antonio Stompanato, presidente dell'Azienda di promozione turistica S.Mart

le, artistico e culturale, divenendo, a tutti gli effetti, misure di sostegno alla competitività del settore turistico». Al termine del primo giro di presentazioni, il progetto sarà presentato nei dettagli operativi anche alla stampa per il pubblico, alla presenza di tutti i principali interlocutori e partner locali coinvolti.