

Rassegna del 14/09/2018

WEB

SAVONANEWS.IT	La Douja ragiona sullo sviluppo territoriale	...	1
LAVOCEDIGENOVA.IT	La Douja ragiona sullo sviluppo territoriale	...	5

CHE TEMPO FA

EVENTI | venerdì 14 settembre 2018, 10:19

La Voce di Genova

La Douja ragiona sullo sviluppo territoriale

Martedì, presso la Sala del Consiglio della Camera di Commercio di Asti, la consegna del Marchio di Qualità "Ospitalità Italiana" alle nuove strutture turistiche certificate della provincia di Asti

RUBRICHE

Le foto fashion con
Federica Ferraro
Ambiente e Natura
Fotogallery
Videogallery

CERCA NEL WEB

Cerca
Google



Si è svolta martedì, presso la Sala del Consiglio della Camera di Commercio di Asti, la consegna del Marchio di Qualità "Ospitalità Italiana" alle nuove strutture turistiche certificate della provincia di Asti. La consegna è stata l'occasione del convegno "Enoturismo: vino, paesaggio e cultura" organizzato da MA.DE Materia e Destinazione in collaborazione con CCIAA Asti, Non Solo Ambiente e Wikiacademy.

Sono complessivamente 174 le strutture turistico-ricettive dell'astigiano che nel corso degli anni hanno ottenuto il Marchio di qualità "Ospitalità Italiana" promosso dalla Camera di Commercio di Asti in collaborazione con ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche): 21 alberghi, 56 ristoranti, 66 agriturismi e 31 bed & breakfast. Queste le ultime quattro aziende certificate:

- Hotel Relais 23 di Castelnuovo Belbo
- Agriturismo Ca' Mariuccia di Albugnano
- Agriturismo Tenuta La Romana di Nizza Monferrato
- Bed & Breakfast Bricco delle Rose di Belveglio

La Camera di Commercio ha intrapreso il progetto di certificazione nel lontano anno 2000 con il coinvolgimento dei primi 14 alberghi. Nel corso degli anni l'iniziativa si è estesa e rafforzata includendo anche ristoranti, agriturismi e B&B. L'adesione al marchio è volontaria e la certificazione è subordinata alla verifica dei requisiti previsti dai disciplinari di riferimento da parte di un valutatore dell'Ente di certificazione. Gli elementi oggetto di

IN BREVE

venerdì 14 settembre

Douja d'Or, la soddisfazione in vista del prossimo weekend
(h. 07:54)



giovedì 13 settembre

La Douja chiude in costume
(h. 18:30)



Al via lunedì 17 settembre a Palazzo Ducale il ciclo di incontri "Genovesi Generosi"
(h. 16:22)



valutazione sono molteplici e riguardano in particolare accessibilità e posizione, facciata e look esterno, parcheggio, hall ed aree comuni, reception, ristorante, bar, camere, bagni e, naturalmente, il servizio al cliente. Gli esercizi che espongono il marchio "Ospitalità Italiana" garantiscono in sintesi elevati standard di accoglienza e di servizio ed un giusto rapporto qualità prezzo.

Obiettivo del riconoscimento è stimolare il miglioramento dell'offerta turistica, elemento che aggiunto alla bellezza del paesaggio, al patrimonio storico e artistico, all'eccellenza dei prodotti agroalimentari non può che accrescere l'appeal del territorio.

E proprio riflettendo su questi elementi e sull'importanza del principio di sostenibilità all'interno dello sviluppo turistico territoriale, è stato ideato il convegno che ha seguito la consegna del marchio.

Sui concetti trasversali di sostenibilità, innovazione e accessibilità infatti, sono state tracciate le strategie, gli obiettivi e gli interventi del Piano Strategico del Turismo 2017/2022. Un Piano che rafforza l'idea del territorio italiano inteso come un vero e proprio museo diffuso, e che - proponendo anche nuove e meno conosciute destinazioni - individua nel turismo sostenibile e di qualità, uno strumento di policy fondamentale per il benessere economico e sociale di tutti.

Ad aprire il convegno il presidente della Camera di Commercio di Asti Erminio Renato Goria, che ha ricordato come il comparto dell'enoturismo, che attira ogni anno oltre 14 milioni di appassionati e turisti per un valore di oltre 2,5 miliardi di euro, sia entrato finalmente nel quadro normativo nazionale attraverso l'inserimento nella Legge di Bilancio 2018 (G.U. n. 302 del 29 dicembre 2017, S.O. n. 62) di un capitolo dedicato che prevede la possibilità di fatturare degustazioni, visite in cantina, pacchetti enoturistici e vendemmie esperienziali, equiparando la disciplina fiscale di queste pratiche a quella delle attività agrituristiche per gli imprenditori agricoli.

Primo fra i relatori il Prof. Riccardo Canesi, appassionato professore di geografia, curatore del sito www.sosgeografia.it e finalista dell'Italian Teacher Prize 2017. Canesi, tra i fondatori di Legambiente, ha ricoperto la carica di Capo Segreteria del Ministro dell'Ambiente Edo Ronchi e ha fatto parte del Comitato di Vigilanza sulle Risorse Idriche presso lo stesso Ministero. Promotore e coordinatore dei tavoli tecnico-politico ministeriali del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano e del Parco Nazionale delle Cinque Terre, è stato Presidente di Euromobility, l'Associazione italiana dei mobility manager. Numerosi i suoi saggi e articoli in materia di ambiente, territorio, risorse idriche e mobilità sostenibile, tra cui il libro *Mucche alla stato ebraico*. Svarioni da un paese a scarsa cultura geografica con prefazione di Carlo Petrini.

Il suo applaudito intervento sulla necessità di educare alla sostenibilità, si è aperto con un significativo aneddoto dai risvolti tanto semplici quanto illuminanti "una volta al Dalai Lama venne chiesto quale fosse l'essenza del buddismo, ed egli rispose : spegnere la luce quando non serve. La consapevolezza dell'importanza della sostenibilità ambientale, non può prescindere dalla conoscenza dell'impatto che i nostri comportamenti quotidiani, personali e di comunità, hanno sull'ambiente. Una conoscenza che ci coinvolge e responsabilizza tutti, a partire dall'educazione e dall'insegnamento scolastico, luogo di elezione per la formazione di una coscienza etica nei confronti del patrimonio naturale del nostro paese."

Significativi i numerosi dati forniti da Canesi sulla cosiddetta "impronta ecologica", per spiegare come la presenza umana, sia in termini quantitativi che di stile di vita, nonché di utilizzo e trasformazione delle risorse e di produzione di rifiuti, senza necessari cambiamenti di rotta potrebbe portare alla definitiva trasformazione del pianeta e della sua ospitalità. Un dato su tutti: abbiamo iniziato il secolo scorso con 1,6 miliardi di abitanti e lo abbiamo concluso superando i 6 (oggi siamo 7,5 miliardi di circa): è facile immaginare cosa può significare per i sistemi naturali del nostro pianeta, che garantiscono la vita dell'uomo, la continua e crescente pressione, in quantità e qualità, del numero e dell'incremento dei livelli di consumo di energia e di risorse in soli cento anni. Se la nostra domanda di risorse continuerà a crescere alla stessa velocità, entro metà del decennio 2030 - 2040, avremo bisogno dell'equivalente di due pianeti per mantenere i nostri stili di vita.

I consumi eccessivi stanno dando fondo al capitale naturale del pianeta al punto tale da mettere a rischio il nostro benessere futuro: negli ultimi 35 anni abbiamo perduto quasi un terzo del capitale della vita selvatica sulla Terra.

#GenovanelCuore Venerdì 14 al Monu Café la "Notte per Genova" con le Stelle nello Sport
(h. 15:02)



Al Caribe Club open day e prove gratuite dei corsi di ballo
(h. 12:33)



Arriva la "Harry Potter Mania" al cinema Odeon
(h. 12:29)



Douja d'Or: se Aleramo sceglie la bicicletta
(h. 11:30)



Dalla spiaggia ligure alla vetta del Monte Bianco: l'impresa di Matej Perkov
(h. 10:30)



Grande successo per "Peperò 2018", la 69° Sagra del Peperone di Carmagnola
(h. 07:30)



🕒 mercoledì 12 settembre

A scuola di recitazione con i corsi Liguriatori "La valigia dell'attore"
(h. 16:10)



[Leggi le ultime di: Eventi](#)

Canesi ha quindi concluso ricordando come il 1 agosto 2018 avessimo già consumato tante risorse quante il nostro pianeta è in grado di produrne in un anno, dovendo quindi vivere “a credito” per i 5 mesi rimanenti, sfruttando in modo irreversibile altre risorse. Un “overshoot day” che di anno in anno diventa sempre più precoce e che dimostra come, attualmente, avremmo bisogno di 1,7 terre per soddisfare le nostre esigenze.

Il secondo intervento, a cura del giornalista di Rai2 Umberto Gambino, collaboratore delle rubriche Eat Parade e Storie, profondo conoscitore del mondo del vino italiano e coordinatore di Vinibuoni d’Italia, ha portato l’attenzione su un altro concetto fondamentale del convegno, quello della necessità di una visione collettiva dello sviluppo turistico dei territori del vino. Portando diversi interessanti esempi su come le diverse realtà regionali, dalle più blasonate come Toscana e Veneto, a quelle consolidate come Campania, Sicilia e Puglia o emergenti come le Marche, abbiano saputo costruire dei modelli comunicativi e di promozione enoturistica dedicati sia a professionisti e operatori del settore che, parallelamente, al pubblico degli enoturisti.

Diverse infatti, le anteprime sui vini delle denominazioni più importanti e famose come Benvenuto Brunello e Chianti Lovers, Anteprima dei vini della Costa Toscana e Anteprima del Vino Nobile in Toscana, Anteprima Amarone e Soave Preview in Veneto, Nebbiolo Prima e Roero Days in Piemonte, Sicilia en Primeur e Campania Stories nelle due regioni del sud, che rappresentano consolidate occasioni di valorizzazione anche territoriale e turistica, con positive ricadute in ambito economico sulle strutture di accoglienza alberghiera, sulla ristorazione, sui siti storici e culturali locali. Opportunità strettamente legate alla produzione, concentrate in particolari momenti dell’anno, che vanno costruite attraverso sinergie ampie, capaci di mettere in relazione le necessità dei consorzi e del marketing di prodotto con i territori, sensibilizzando operatori e comunità locali al valore rappresentato da questi eventi. Eventi che spesso permettono anche una destagionalizzazione delle presenze, andando così a coprire mesi durante i quali i territori possono essere visitati con più tranquillità e attenzione rispetto ai momenti di flusso turistico tradizionali.

Luciana Rota, giornalista e sommelier, ha poi raccontato insieme a Marco Pietranera l’ambiziosa visione territoriale del nuovo consorzio turistico Derthona Go, tesa ad alimentare un sistema virtuoso di turismo sostenibile e attivo. Tra i soci fondatori albergatori, campeggi, produttori di vino, produttori e trasformatori alimentari, organizzatori di tour ciclistici, di trekking, ristoratori e agenzie di viaggio: il loro è un progetto di rivalutazione del territorio e dei suoi servizi, che vuole arricchirsi di programmi e progetti orientati alla gestione, allo sviluppo e alla qualificazione del prodotto turistico e dell’offerta, ai fini della commercializzazione turistica delle attività dei propri Consorziati, compresa la prenotazione di servizi turistici. “Il punto di forza - spiega la Rota - è adottare un vero spirito di gruppo e di cooperazione tra i diversi operatori, per mettere in atto interventi di promozione, valorizzazione e sviluppo delle risorse naturali, culturali e gastronomiche di un’area ancora nascosta e per questo nuova e più affascinante, che offre al turista “cose buone e diverse”, prodotti che emozionano e che si legano all’esperienza. Un progetto pensato per un turista che ama un muoversi lento e naturale, in bicicletta, a piedi, a cavallo o anche in auto ma sempre orientato ad una modalità slow, rispettosa dell’ambiente e dei suoi luoghi”.

Ad approfondire ulteriormente il tema del racconto territoriale Andrea Carpi, giornalista e scrittore di numerosi saggi e guide dedicate ai territori rurali di diverse regioni italiane come Liguria, Piemonte, Emilia Romagna, Sardegna e internazionali come la Francia.

Carpi ha ricordato come l’avvento del web abbia completamente rivoluzionato e omologato sotto molti punti di vista l’informazione turistica, mettendo inevitabilmente in primo piano solo le destinazioni più importanti e famose, relegando quelle minori in posizioni secondarie.

Il racconto editoriale può però diventare nuovamente uno strumento efficace di promozione turistica per le destinazioni meno conosciute, ma non per questo meno ricche di valore storico e ambientale, di tradizione e di patrimonio enogastronomico. L’elemento differenziante che deve caratterizzare questa nuova comunicazione e renderla maggiormente efficace, è quello dell’esistenza di una “comunità” intesa come una visione comune di obiettivi, di strategie e di modalità di accoglienza del turista.

“Non bastano più gli elementi classici del “bel borgo” per emergere dalla massa di informazioni che ogni giorno stimola e cerca l’attenzione dei

turisti e dei viaggiatori. È necessario invece comunicare al moderno viaggiatore che il bel borgo è abitato da una altrettanto “bella comunità”, capace di riunirsi intorno ad un progetto condiviso. Un racconto che parli al visitatore in prima persona, facendolo sentire parte di un’esperienza di visita e di conoscenza, costruendo con lui una relazione veritiera, capace di entrare nel suo immaginario e di restarvi più a lungo possibile. Questa relazione rappresenta sempre di più il valore aggiunto indispensabile oggi per i territori meno visibili e conosciuti - conclude Carpi”.

Il turismo sostenibile è un turismo che presta grande attenzione alle modalità di movimento, che deve essere anch’essa improntata alla sostenibilità. A questo riguardo è intervenuto Marco Gagliardi, collaboratore di Repower Italia ramo italiano del gruppo Repower attivo nel settore energetico da oltre 100 anni con sede principale a Poschiavo nel Cantone dei Grigioni. Le sue considerazioni hanno riguardato la mobilità elettrica in relazione all’enoturismo, settore al quale l’azienda svizzera sta guardando con interesse attraverso un progetto espressamente dedicato, con la creazione di un vero e proprio itinerario comprendente anche i principali territori del vino, caratterizzato dalla possibilità di ricarica dei mezzi elettrici.

Gagliardi, accanto ai numeri che mettono in evidenza come lo sviluppo della mobilità elettrica abbia fatto passi in avanti notevolissimi soprattutto nei paesi del nord Europa, con incrementi fino al 300% negli ultimi tre anni in Germania, ha ricordato come il turista con auto elettrica sia naturalmente predisposto ad una visione del viaggio più lenta e come la ricarica dei mezzi elettrici non sia un problema, ma in realtà rappresenti una vera e propria opportunità, tanto per il viaggiatore quanto per i territori. Il tempo per la sosta e il luogo in cui si sosta diventano quindi un possibile punto di partenza per costruire proposte di attività, di cose da fare, di esperienze da provare: una visita ad un borgo, la scoperta di un museo, la degustazione di vini e prodotti. Tante sono le opportunità che attraverso la mobilità elettrica e i suoi punti di ricarica si possono creare sul territorio, da parte degli enti e dei privati.

In un concetto di sviluppo territoriale che ancora una volta trova nella sostenibilità ambientale uno dei suoi elementi di distinzione più rappresentativi e un punto di forza a cui non è più possibile rinunciare.



Ti potrebbero interessare anche: