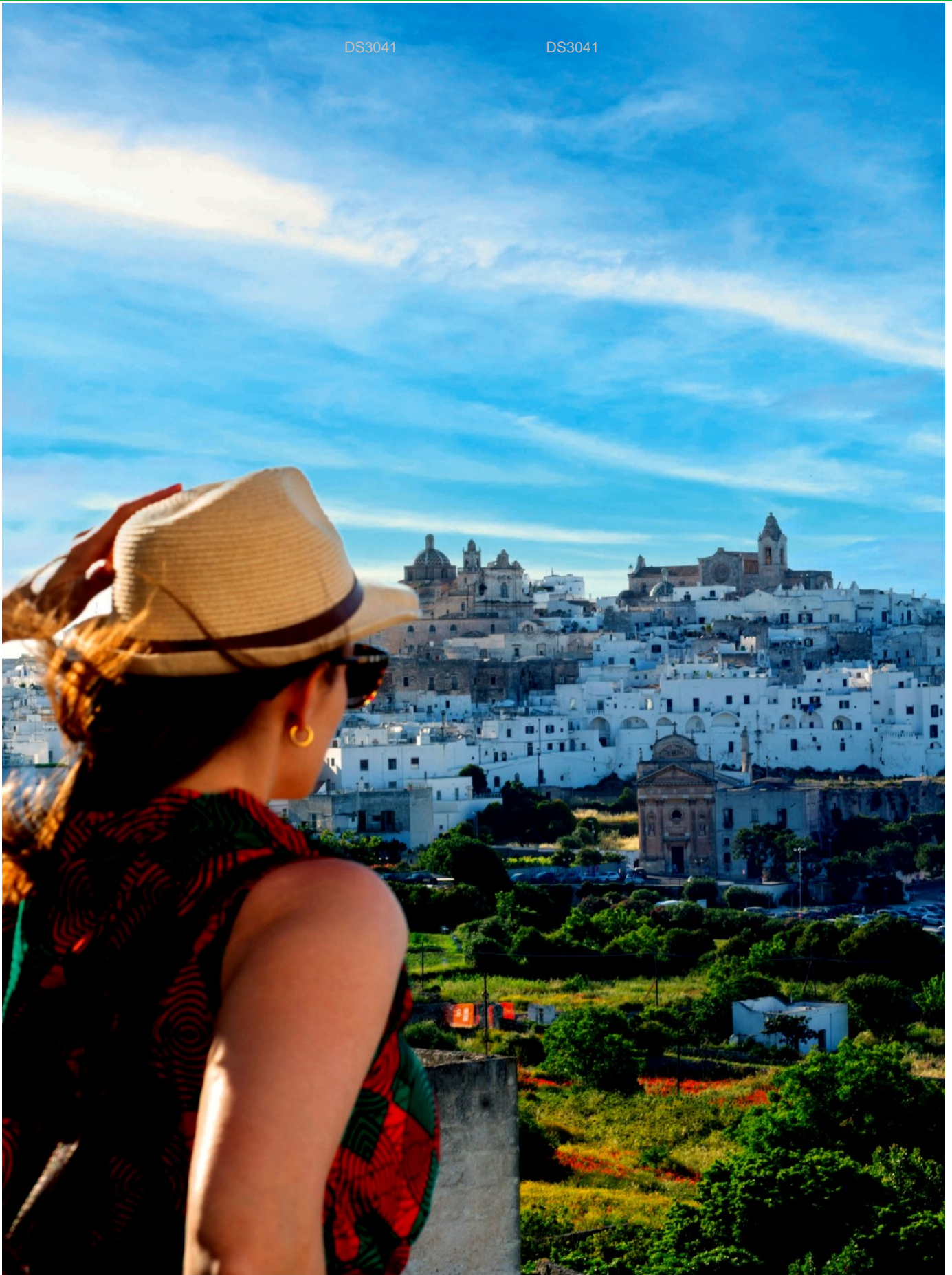


DS3041

DS3041



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS3041

DS3041

DS3041

Regioni, il tempo dello slow tourism

Per contrastare l'over-tourism le strategie di comunicazione e gli investimenti pongono l'accento sul tema della mobilità dolce, sui cammini tra borghi e sentieri e sui viaggi emozionali

Cicloturismo, cammini, turismo delle radici, riscoperta del territorio in formula 'slow' e attenta ai principi legati alla sostenibilità: l'eredità della pandemia ha portato i viaggiatori a rivedere il proprio modo di fare turismo. Le nuove richieste del mercato si sono presto trasformate in preziose opportunità da cogliere e nel post pandemia le regioni italiane hanno saputo adattare velocemente la propria offerta ai trend emergenti, studiando nuove tipologie di prodotti e servizi.

A cominciare dalla **Toscana**, regione d'elezione per il turismo nazionale e internazionale, che riconferma la sua leadership con previsioni ottimistiche anche per tutto il corso del 2024.

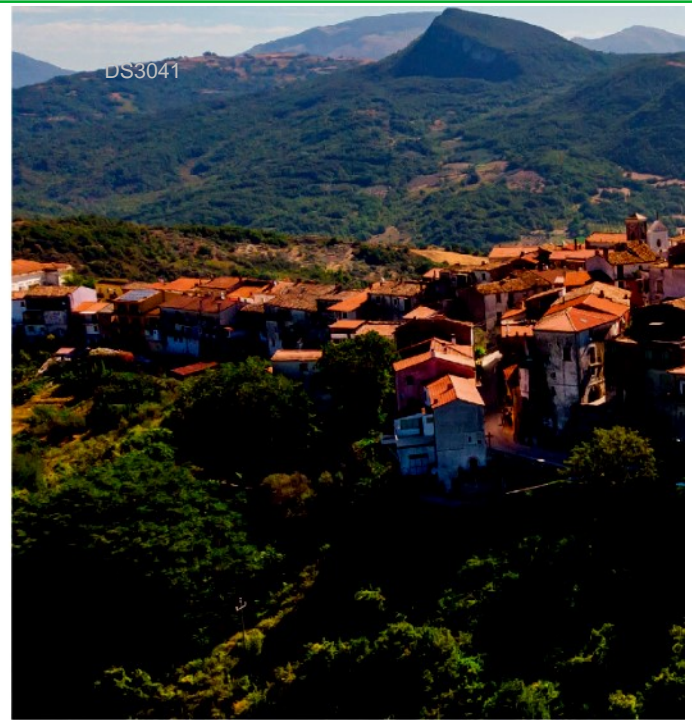
Strategie

DS3041

“Ci aspettiamo il consolidamento della tendenza registrata già nel 2023 - spiega **Leonardo Marras**, assessore regionale all'Economia e al Turismo -. Le stime ci dicono che nel 2024 si tornerà ai numeri pre-pandemia: noi siamo pronti, abbiamo costruito un'offerta varia, ricca e originale che potrà rispondere al meglio alle esigenze di ogni tipo di turista. Rilanceremo la nostra campagna di promozione offline ed online, lavoreremo con amministratori e operatori per garantire servizi efficienti e ci impegneremo a dare corpo agli impegni presi con le regioni estere”.

Dal punto di vista operativo, la Toscana fa scuola: “Abbiamo approvato in giunta la proposta di legge di modifica del Testo Unico sul Turismo che adesso è al vaglio del consiglio regionale e che verrà discussa ed approvata nelle prossime settimane”.

In primo piano anche la Carta dei valori del turismo sostenibile, adottata da Regione Toscana nell'autunno 2023, “uno strumento di indirizzo strategico che ha l'obiettivo di guidare la progettazione dell'offerta, garantendo e promuovendo lo sviluppo turistico sostenibile del territorio. Attraverso cinque principi - collaborazione, conservazione, rispetto, responsabilità e trasparenza - e dieci valori, definisce gli elementi cardine di un turismo che possiamo definire in equilibrio e in-



dica le buone pratiche da seguire ed attuare”. In termini di richieste, spiega Marras, “sicuramente ci si è spostati sempre di più verso la ricerca di esperienze all'aria aperta, a contatto con la natura, e la Toscana ha saputo rispondere molto bene adattando la propria offerta e accelerando percorsi già avviati come la realizzazione dell'atlante dei cammini e dell'atlante del bike”. Open air in primo piano anche in **Piemonte**: si chiama





Qui a fianco
l'antico borgo
di Fornelli,
in Molise.
Sotto a sinistra,
campagna vicino
a Montepulciano,
in Toscana

'Via Francigena for All' il piano lanciato per rendere più accessibili la Via Francigena e i servizi turistici collegati ai beni culturali e religiosi lungo il cammino.

Un progetto pilota a livello europeo che vuole diventare, sottolinea l'assessore al Turismo e alla Cultura **Vittoria Poggio**, "un punto di riferimento nazionale e non solo di come si possano costruire nuovi modelli turistici inclusivi e dalla forte valenza sociale, oltre che capaci di impattare positivamente sulle filiere locali e sul territorio".

Cammini Aperti

Va nella stessa direzione la **Valle d'Aosta**, che si prepara all'estate mettendo in vetrina l'offerta slow. Saranno la Via Francigena (Etroubles-Gignod) e il Cammino Balteo (Pont-Saint-Martin-Bard), le tappe valdostane del più importante progetto nazionale 'Cammini Aperti', che coinvolge tutte le Regioni e Province autonome italiane, realizzato in collaborazione con Enit e Ministero del Turismo per rilanciare e mettere al centro i temi dello slow tourism, dell'accessibilità e della sostenibilità. "Per la stagione estiva 2024 - spiega l'assessore al Turismo, **Giulio Grosjacques** - i nostri prodotti di punta saranno i sentieri ad alta e bassa quota e i percorsi in bicicletta, in particolare in mountain bike. Le Alte Vie, il Cammino Balteo, la Via Francigena, i rifugi alpini e le strutture ricettive disseminate sul territorio sono i luoghi dell'accoglienza di montagna dove si vivranno esperienze autentiche, assaporando le specialità enogastronomiche della nostra regione".

Sono invece quattro - **Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna e Piemonte** - le Regioni coinvolte nella Ciclovía turistica nazionale Ven-To, il percorso in via di realizzazione lungo gli argini del Po, tra Venezia e Torino, nato per portare i visitatori nelle aree più interne: "Un progetto ambizioso, 705 km di percorso - spiega l'assessore al Turismo, Marketing territoriale e Moda della **Lombardia, Barbara Mazzali** - arricchito da ostelli, bed and breakfast e bike-hotel".

Il Molise delle radici

Turismo delle radici al centro della strategia del **Molise**, che fa leva sull'autenticità del territorio e sulla natura realmente incontaminata per attrarre i viaggiatori. In quest'ottica è stato lanciato 'Italea Molise', brand regionale per lo sviluppo di strategie nel territorio seguendo la filosofia e i valori di 'Italea', il progetto promosso dal Maeci a livello nazionale. Il piano prevede il lancio di un nuovo portale italeamolise.com, una carta chiamata Italea Card e Laboratori delle Radici per coinvolgere il viaggiatore in un percorso fisico ed emozionale di riscoperta della propria storia.

Un altro driver è infine rappresentato dagli eventi: "I viaggiatori - sottolinea l'assessore al Turismo della Regione **Sicilia, Elvira Amata** - cercano sempre più soluzioni di viaggi che sposino il valore della sostenibilità, che va considerata sotto due diversi aspetti: quello della sostenibilità dell'uso/gestione delle risorse turistiche e quello della sostenibilità del turismo in chiave di innovazione e di inclusione sociale".