

TOSCANA

RINASCIMENTO SENZA FINE

**“Voglio vivere una
vacanza che lascia il segno,
non l’impronta.”**

visittuscany.com



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

Carta dei valori per un turismo sostenibile

Equilibrio, un obiettivo da raggiungere insieme

Sostenibilità significa lasciare il mondo meglio di come lo abbiamo trovato. Ma se l'enormità della parola mondo può far sembrare impari la sfida, ecco che concentrarsi sul proprio micromondo rende l'obiettivo immediatamente più personale, concreto e soprattutto possibile.

La Regione Toscana è il micromondo che abbiamo in comune e che ognuno di noi ama a proprio modo. Una destinazione vocata al turismo, piena di ricchezze e di complessità, in cui l'equilibrio tra sviluppo economico, sociale e

ambientale è un tema che riguarda tutti.

L'opportunità è mettere a sistema l'impegno di ogni attore del settore turistico per farlo diventare un grande risultato d'insieme.

Sostenibilità: il ruolo del turismo

Il termine sostenibilità entra in scena nel 1987, quando la Commissione Mondiale per l'Ambiente la definisce come: «uno sviluppo capace di soddisfare i bisogni della generazione presente, senza compromettere quelli delle generazioni future».



Un cambio di prospettiva radicale, in un mondo che – dal punto di vista delle risorse – ha sempre vissuto ogni giorno come se fosse l'ultimo. Oggi la situazione è molto cambiata e anche il turismo è chiamato a fare la sua parte per aumentare l'attenzione e la sensibilità verso la tutela delle nostre ricchezze.

Una regione, mille ragioni per proteggerla

- **23.000 Km2 di estensione**
- **633 km di coste**
- **1 milione e 200mila ettari di superficie boscata, la più grande d'Italia**
- **3 parchi nazionali, 3 parchi regionali e oltre 130 riserve e parchi più piccoli**
- **1 Parco Nazionale Marino**
- **6 siti naturali dichiarati Patrimonio dell'umanità dall'Unesco**
- **15.000 km di ciclovie**
- **8 cammini ed una grande rete sentieristica**

Turismo e tutela: un circolo virtuoso

Per il settore turistico l'opportunità più grande è comprendere che ogni buona pratica a favore della sostenibilità è un investimento che si ripaga con gli interessi. Perché salvaguardare il nostro patrimonio – ambientale, artistico, culturale, gastronomico – significa valorizzarlo, dunque renderlo ancora più unico e attraente per un pubblico sempre più attento all'autenticità e alla responsabilità.



La Carta dei Valori: un perimetro che allarga gli orizzonti

La Carta dei Valori nasce per coinvolgere gli attori del settore turistico in un progetto ad ampio spettro, che include azioni quotidiane e gesti piccoli, ma anche operazioni importanti e a lungo termine.

Coordinate di una Toscana possibile, dove rispettare le risorse ambientali è una priorità, dove l'impegno per rigenerare l'ecosistema fiorisce, dove la valorizzazione del capitale sociale e culturale cresce spontanea e dove, infine, la sintonia tra operatori e visitatori genera buone pratiche.

Una mappa concettuale e fattuale per investire tempo, impegno e risorse nella stessa direzione e raccoglierne insieme – residenti e viaggiatori – tutti i frutti.



Le cinque facce della Sostenibilità

- 1. Collaborazione**
- 2. Conservazione**
- 3. Rispetto**
- 4. Responsabilità**
- 5. Trasparenza**

Abbiamo immaginato la Carta dei Valori come un progetto poliedrico. Cinque principi che orientano e guidano il percorso verso un turismo più sostenibile.

Cinque temi su cui riflettere e operare insieme, coinvolgendo operatori pubblici e privati, ma anche viaggiatori e turisti.

Cinque punti cardine che diventano manifesto programmatico per arricchire il futuro del turismo di iniziative, esperienze e cambiamenti sempre più virtuosi e rilevanti.

1. Collaborazione

È l'impegno a costruire rapporti di fiducia tra operatori privati ed enti pubblici: dalle amministrazioni locali alle associazioni, con l'obiettivo di fare rete e condividere azioni che portino beneficio al territorio e ai viaggiatori. Un impegno che darà vita a vantaggi pratici, come la vendita e la commercializzazione di prodotti turistici integrati, e vantaggi in termini di forza e identità visiva, grazie alla costruzione di un'immagine condivisa e coordinata del brand Toscana.

2. Conservazione

È l'impegno del settore turistico ad affrontare una duplice sfida: confrontarsi con i cambiamenti ambientali e, allo stesso tempo, con i cambiamenti tecnologici e sociali.

Da un lato conservare il nostro patrimonio, trovando tutti i modi possibili per proteggere il paesaggio naturale e culturale e ridurre al minimo i possibili effetti negativi del turismo. Dall'altro innovare, aprendosi a ogni soluzione e strategia che possa stimolare la collaborazione attiva della società, invitando alla conservazione, alla tutela e alla valorizzazione della natura, della cultura locale, del paesaggio toscano e della biodiversità.

3. Rispetto

È l'impegno a considerare l'accoglienza da un nuovo punto di vista: non solo scoperta del territorio, ma anche scoperta delle persone

che lo abitano, lo vivono e lo rendono unico. Il turismo, infatti, è un fenomeno relazionale, che permette di incontrare realtà e soggettività insolite. Preziose sia per la loro originalità, sia perché suscitano in ciascun viaggiatore reazioni diverse (fisiche, emotive e intellettuali).

Le opportunità di scambio e dialogo tra ospite e ospitante sono una risorsa preziosa, un viaggio nel viaggio, che va vissuto con consapevolezza e con il massimo rispetto di ogni forma di diversità.

4. Responsabilità

È l'impegno condiviso da viaggiatori e operatori turistici a riconoscere con onestà e trasparenza il proprio impatto sul territorio, in ambito sociale, ambientale ed economico, con l'intento di ridurlo il più possibile. È un percorso che parte dall'osservazione delle proprie pratiche e si traduce in azioni concrete e in-

cisive per rendere la propria impronta sempre più leggera.

Un'acquisizione di responsabilità, che inizia da se stessi e si allarga alle comunità locali, all'ambiente, agli altri operatori e a tutti gli ospiti del nostro territorio.

5. Trasparenza

È l'impegno a rendere sempre accessibili le informazioni che riguardano le strutture e le attività rivolte al pubblico, gestite sia da soggetti pubblici che privati. Ma è soprattutto l'impegno a trasmettere attraverso il turismo il valore del territorio, delle sue tradizioni, usanze, culture, in modo che l'ospite possa percepire e condividere la volontà di valorizzarlo. Una comunicazione chiara e onesta con gli ospiti, dunque, ma anche un approccio trasparente e un dialogo aperto con tutti i soggetti della filiera, pubblici o privati che siano.



Dalle parole ai fatti

Sono sostenibili gli impegni che abbiamo elencato? Nel nostro quotidiano abbiamo un reale margine di manovra per tradurre i valori in azioni? Assolutamente sì.

Ci sono moltissime buone pratiche che possiamo adottare per incidere sul bene dell'ambiente e della società. Ma anche per disegnare una nuova idea di turismo, dove le destinazioni non vengono solo vissute, ma partecipate.

Cosa posso fare nel mio piccolo? Contribuire a un risultato enorme

Ogni organizzazione turistica si chiede se i prodotti e i servizi che offre sono coerenti con gli impegni della Carta. Al 99% la risposta è affermativa.

A partire da qui:

1. usare l'energia in modo efficiente e a minor impatto.
2. evitare di sprecare le risorse idriche.
3. ridurre la produzione dei rifiuti e gestire in modo consapevole la filiera del suo smaltimento, inclusa la riduzione di plastiche monouso a favore di prodotti compostabili o riciclabili.
4. tutelare la biodiversità e impegnarsi per un approccio attivo di conservazione e tutela delle risorse naturali.

Ok tutelare l'ambiente. Ma le persone?

Smarcate le buone pratiche più intuitive ed immediate legate alla sostenibilità, si resta sem-



pre un po' sorpresi quando si parla di impatto del settore turistico sulla valorizzazione delle persone.

Eppure anche in questo campo ci sono moltissime cose che possiamo fare: per i nostri ospiti, per i nostri dipendenti e anche per gli altri attori della filiera.

Ecco come:

- 1.** favorire la mobilità "lenta" e ogni forma di spostamento poco impattante, in termini di emissioni e congestionamento dei flussi. Un modo green per vivere il territorio, ma anche per incentivare i nostri ospiti ad avere un approccio più sano alla mobilità.
- 2.** utilizzare in modo prevalente prodotti agro-alimentari locali, stagionali o prodotti di filiere eque, sane e controllate, coerentemente con gli impegni di Vetrina Toscana.
- 3.** tutelare i diritti e le esigenze del proprio personale e dei propri collaboratori, con un'attenzione particolare ai temi della parità di genere.

E ora che sono sostenibile, come lo racconto?

La sostenibilità è contagiosa, come ogni energia positiva. Per questo va condivisa, raccontata, messa a disposizione di quante più persone possibili. Un racconto che sarà tanto più efficace quanto sarà coordinato con quello di tutti gli altri attori della filiera, in modo da avere un'unica voce, ancora più forte e incisiva:



- 1.** lavorare in termini di un efficace networking, collaborando attivamente con la rete degli operatori che hanno sottoscritto la Carta.
- 2.** coinvolgere la comunità locale, affinché questa possa essere consapevole delle decisioni che la coinvolgono.
- 3.** comunicare in modo trasparente e coinvolgere i propri ospiti affinché conoscano e adottino comportamenti più responsabili.
- 4.** valorizzare l'identità toscana, raccontandola in modo adeguato all'ospite, anche in termini di valori culturali, ambientali, paesaggistici e storico-architettonici.

“La strada da fare è molta. Mettiamoci in viaggio.”



visittuscany.com

**“Voglio vivere una
vacanza che lascia il segno,
non l’impronta.”**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA