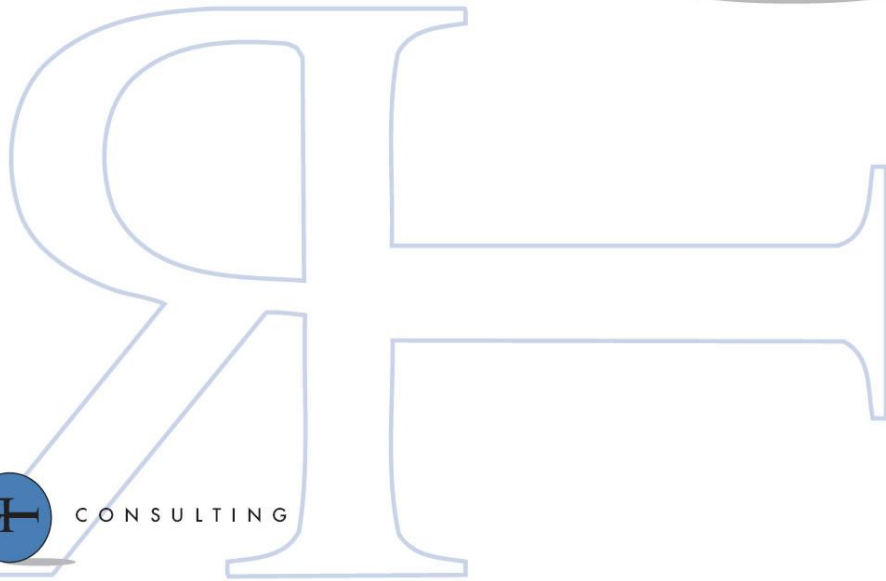


le pagine di

RISPOSTE



TURISMO



 CONSULTING

 TRAINING

 MANAGEMENT

**“Turismo sostenibile e prodotti tematici:
il caso del progetto TATRA”**

di Lucia Sinigaglia

“Turismo sostenibile e prodotti tematici: il caso del progetto TATRA”

di Lucia Sinigaglia^δ in collaborazione con Gianluca Gaiga e Federica Spaccasassi

L'obiettivo di questo articolo è di presentare un esempio di progetto nell'ambito del turismo sostenibile che ha ottenuto il finanziamento da parte dell'Unione europea.

Il turismo sostenibile rappresenta una possibile risposta ai rischi ambientali collegati allo sviluppo turistico: in questo articolo ci si interrogherà dunque sulle sfide che il turismo dovrà essere in grado di fronteggiare per poter abbracciare un'ottica maggiormente sostenibile nei prossimi anni. Dopo un breve focus che evidenzia quanto strategica sia quest'attività per il nostro Paese e una veloce carrellata di esempi virtuosi, l'articolo si concentrerà sull'attenzione che l'Unione europea riserva alla tutela della competitività del turismo sostenibile.

La “Guida sui finanziamenti europei per il settore turistico” per il periodo 2014-2020, pubblicata dalla Commissione europea, offre infatti un'analisi delle diverse tipologie di fondi e di programmi che l'UE mette a disposizione per supportare il settore turismo.

Dopo questa panoramica generale, si entrerà nella pratica con la presentazione di TATRA - Tastes of Trappists: a slow tourism experience, progetto che ha come compito la promozione del turismo sostenibile – a piedi e in bicicletta – legato alle abbazie trappiste in Europa, famose per la produzione di birra, cioccolato e altri prodotti artigianali.

Il progetto TATRA, conclusosi lo scorso giugno dopo 15 mesi di attività, aveva ed ha come suo principale obiettivo quello di creare una strategia di turismo sostenibile a livello transnazionale che permetta di far emergere le abbazie trappiste presenti nei 4 paesi in cui il progetto è andato sviluppandosi, come anche gli itinerari ad esse collegati. Il tutto con un occhio di riguardo alle piccole e medie imprese del territorio che possono trarre vantaggi benefici economici, e non solo, grazie all'aumento di flussi turistici nell'area presa in considerazione. D'altro canto, sul piano culturale, il progetto TATRA è particolarmente utile per divulgare, far conoscere e continuare a far vivere quelle tradizioni, culture e prodotti locali tipici dei singoli territori coinvolti.

Il futuro del progetto TATRA è ora nelle mani di alcuni dei partner del progetto: al termine del periodo di cofinanziamento europeo alcuni di essi hanno scelto di investire nelle attività legate alla piattaforma web creata in precedenza. Tramite il coinvolgimento di operatori turistici e non, sia a livello locale che sovranazionale, si lavora affinché la piattaforma Tastes of Abbeys cresca ulteriormente, proseguendo nelle attività di promozione del modello di turismo sostenibile alla scoperta delle abbazie e tradizioni trappiste con la possibile inclusione di ulteriori destinazioni nel prossimo futuro.

^δ Project Manager, Camera di Commercio Belgo-Italiana.

“Sustainable tourism and thematic products: the case study of TATRA project”

by Lucia Sinigaglia^δ with the collaboration of Gianluca Gaiga and Federica Spaccasassi

This article aims to present an example of project co-funded by the European Union in the field of sustainable tourism.

In the first part, this paper looks into the challenges that tourism will have to face in order to embrace a more sustainable vision in the coming years. Sustainable tourism is one possible responses to the environmental risks linked to the development of tourism.

The tourism sector in Italy will also be analyzed, due to its strategic importance for the Italian economy, and some best practices will be highlighted.

The article shall then focus on the competitiveness of sustainable tourism in Europe and on the EU Institutions’ initiatives to support the sector. The “Guide on EU funding for the tourism sector (2014-2020)”, published by the European Commission, provides an analysis of the different types of funds and programmes provided by the EU in the tourism sector.

After this overview, a case study will be proposed, with the presentation of TATRA - Tastes of Trappists: a slow tourism experience, a project that aims to promote sustainable tourism – hiking or cycling – with the focus on the Trappist abbeys of Europe, famous for their crafted goods, including beer and chocolate.

The TATRA project ended last June after 15 months of activities. The main goal was (and is)

to support the enhancement and promotion of sustainable thematic tourism products at the transnational level.

It also contributes to the creation of a favorable environment for a co-operation among tourism-related stakeholders, with particular emphasis on the local small and medium-sized enterprises that may benefit in various manners from increased tourism flows in the considered areas.

The TATRA project is also of a cultural considerable worth. It provides the means for divulgation and study, as part of an effort to revitalize the traditions and cultures of the areas involved in the project, and promote local products.

Some of the project partners decided to continue working on the TATRA project even without the EU funds. They are currently updating the web platform Tastes of Abbeys, which contains all the hiking and cycling itineraries in the regions of the Trappist Abbeys. By involving operators from the tourism and other sectors, both local and transnational, the idea is to work toward further growth of the Tastes of Abbeys platform. At the same time the project will contribute to spread the sustainable tourism model, within the context of a journey of discovery of the worlds of Trappist abbeys and traditions. Other destinations may soon be added..

^δ Project Manager, Belgian-Italian Chamber of Commerce

“Turismo sostenibile e prodotti tematici: il caso del progetto TATRA”

di Lucia Sinigaglia in collaborazione con Gianluca Gaiga e Federica Spaccasassi

1. Turismo sostenibile

Il turismo rappresenta per molti Paesi (e in particolare l'Italia) un settore di fondamentale importanza in grado di generare e garantire ricchezza e benessere a un determinato territorio.

I benefici connessi al settore turistico sono sempre stati evidenti: valorizzazione e promozione delle attrattive culturali e naturali che un territorio ha da offrire, miglioramento della qualità di vita dei residenti nell'area interessata, urbanizzazione e rinnovo delle aree cittadine, adeguamento e bonifica delle zone destinate alla fruizione turistica. Allo stesso tempo sono emersi anche degli aspetti negativi che potenzialmente potrebbero verificarsi, come la degradazione dell'ambiente naturale causato dall'eccessivo sfruttamento delle risorse, la perdita delle tradizioni delle comunità indigene, l'abbandono dei mestieri tradizionali, la destabilizzazione economica e la contaminazione degli usi che regolano i comportamenti all'interno della comunità.

Questo breve elenco evidenzia l'importanza di sviluppare un tipo di turismo che sia anche “sostenibile”: il turismo pertanto deve essere integrato con lo sviluppo economico locale e non può trascurare gli aspetti sociali e

ambientali del territorio, evitando così di danneggiare quegli stessi ambienti dai quali dipende il successo del settore stesso. Un turismo che quindi integri l'aspetto naturale, culturale e umano rispettando gli equilibri che caratterizzano le località interessate al turismo. Da qui la definizione di turismo sostenibile secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO): “lo sviluppo del turismo sostenibile soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro” e, più in particolare, “le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale ed artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche”.

Il turismo sostenibile è spesso associato al concetto di “esperienza lenta” vissuta dal turista che, andando in bici, a piedi o a cavallo, riesce ad avere più tempo per scoprire il territorio, conoscere la gente del luogo, esplorare luoghi secondari, assaporare i cibi e le tradizioni locali, senza dover utilizzare moto, auto o autobus turistici per spostarsi con rapidità da un luogo all'altro.

2. Turismo sostenibile in Italia

L'Italia è una delle principali mete turistiche al mondo, sia per le sue bellezze naturali, sia per la ricca offerta culturale disponibile e proprio dal settore turistico proviene il 9,5% del PIL nazionale¹. Le principali attrazioni turistiche in Italia rimangono le coste (32%) e le città d'arte (31%), ma un crescente spazio stanno trovando anche le montagne (14%) e il modello di turismo legato al cibo e agli agriturismi².

Lo sviluppo del settore turistico comporta però un incremento delle problematiche ambientali, energetiche, dei sistemi di trasporto, di una gestione corretta delle risorse naturali e di una gestione dell'uso del territorio.

Con oltre 2,5 milioni di addetti, il settore turistico in Italia rimane quindi una risorsa strategica di fondamentale importanza, ma è necessario rivederne le modalità di attuazione e cercare di attuare un modello di sviluppo sostenibile che tenga conto delle risorse idriche, del ciclo dei rifiuti, dell'efficienza energetica, dei trasporti e di tecnologie eco-building. Da un lato sono necessari degli

interventi da parte delle imprese e delle agenzie turistiche, dall'altro è importante anche diffondere tra i turisti una nuova mentalità che incentivi vacanze nel rispetto dell'ambiente con un uso limitato dell'auto.

L'Italia in questo senso può valorizzare al meglio due delle sue caratteristiche principali: il territorio, ricco di fascino, variegato e dal clima gradevole, e il cibo, bandiera dell'eccellenza italiana nel mondo e grande attrattiva per i turisti stranieri e non.

Il nostro Paese offre ad esempio una molteplice varietà di percorsi tematici per la promozione delle risorse e dei territori locali.

Un'altra dimostrazione di percorso culturale del Paese è sicuramente il progetto *Borghi Sostenibili del Piemonte: località per un turismo più responsabile*. Questa idea nasce allo scopo di favorire destinazioni turistiche sostenibili, valorizzando e premiando le iniziative in ambito di tutela dell'ambiente e turismo responsabile intraprese dai Comuni del territorio.

L'iniziativa delle *Perle delle Alpi*, network di 27 comuni europei costituito nel 2006, è frutto di due progetti UE, *Alps Mobility* e *Alps Mobility II*, entrambi promossi su iniziativa del Ministero Austriaco per agricoltura, foreste, ambiente e gestione delle acque. L'intenzione

¹ Marcello Peronaci (2012), *Il turismo in Italia, in un'ottica di sostenibilità e di green economy*, EAI Rivista bimestrale dell'ENEA.

² OECD (2011), *OECD Studies on Tourism. Italy: Review of Issues and Policies – Profile and performance of tourism in Italy*.

dell'associazione è disegnare e realizzare proposte turistiche innovative, all'insegna della sostenibilità e della tutela del clima. Le Perle delle Alpi hanno l'onere di promuovere vacanze in mobilità dolce, trovando soluzioni ecocompatibili, offrendo ai turisti l'opportunità di godere la montagna a piedi, in sella a un cavallo o in mountain-bike.

Il turismo sostenibile può essere associato anche alla valorizzazione dei prodotti enogastronomici: in questo modo si aiuta la preservazione delle tradizioni e delle colture locali, attraendo il turista non solo con il proprio territorio e le risorse naturali, ma anche con specialità culinarie uniche. Un esempio di questo tipo di turismo è quello realizzato da un consorzio di comuni della provincia di Vicenza che con un partenariato pubblico-privato ha realizzato il Progetto Integrato d'Area Rurale della Media Pianura Vicentina³. Attraverso gli interventi promossi, questo progetto ha investito i fondi per migliorare la qualità della vita e l'offerta turistica rurale del territorio, promuovendo la diversificazione delle attività economiche, il miglioramento dei servizi offerti e sostenendo nuovi scenari di mobilità dolce attraverso la

realizzazione di un itinerario ciclo-pedonale in grado di aumentare l'attrattività dell'area collegandola all'offerta turistica regionale e ai prodotti del territorio.

Un altro modello esemplare è quello dell'Associazione Sistema Turistico Locale Gran Sasso d'Italia: essa ha infatti l'obiettivo di sviluppare una politica del turismo sostenibile, promuovendo il miglioramento degli esercizi turistici esistenti, sviluppando nuove forme di utilizzo del territorio legate all'educazione ambientale, compresa la formazione ai sapori e sostenendo gli sport all'aria aperta e la cultura montana.

I casi sovraesposti potrebbero essere una risposta alle crescenti problematiche ambientali legate al turismo, ma rappresentano anche un buon auspicio per la salvaguardia dell'ecosistema, nonché delle future generazioni.

3. Turismo sostenibile in Europa

Un cambiamento del modo di intendere il turismo appare necessario anche dagli allarmi lanciati dall'Agenzia europea dell'ambiente (EEA) che nel 2012, attraverso il documento

³ *Percorso Media Pianura Vicentina.*

“Consumption and the Environment”⁴ ha rilevato come il turismo rappresenti la quarta attività di maggiore impatto sull’inquinamento ambientale e sulla produzione di CO₂. Le cause principali sono i trasporti (aerei e auto in primis) e i consumi delle strutture ricettive (un albergo consuma mediamente 21 kW di energia e 645 litri di acqua per ogni ospite).

Il turismo sostenibile si pone quindi l’obiettivo di superare questi problemi tenendo comunque in considerazione l’importanza che quest’attività riveste per il nostro Continente. Infatti, a dispetto della crisi economica del 2008, l’Europa rimane la prima destinazione turistica al Mondo e le persone impiegate in questo settore sono circa 17 milioni. Il settore turistico negli ultimi anni, non solo è riuscito a riprendersi in fretta, ma ha anche garantito una forte spinta economica estremamente necessaria all’Europa con un contributo all’economia comunitaria che si attesta intorno al 10% del PIL complessivo (356 miliardi di euro di ricavi annui).

Al di là delle considerazioni puramente economiche, l’Unione Europea vede il turismo anche come una possibilità per una maggiore integrazione europea attraverso la scoperta

delle proprie radici e delle ragioni storiche che hanno portato alla nascita e allo sviluppo della Comunità, con la convinzione che la conoscenza del passato rappresenti il punto di partenza per la costruzione di un futuro migliore.

Per tutte queste ragioni, le Istituzioni dell’Unione europea hanno deciso di riservare al turismo anche per il periodo 2014-2020 un’attenzione e un supporto particolari in modo tale da permettere a questo settore di rimanere competitivo.

4. Finanziamenti europei per il turismo

Considerata l’importanza economica e strategica del settore turistico, negli ultimi anni l’Unione europea ha prestato una sempre maggior attenzione alle opportunità di occupazione e di crescita economica che il turismo offre. Infatti parte del budget dell’Unione viene destinato ad azioni che, anche se non comprese in un programma di finanziamento specificamente dedicato, portano benefici al settore turistico.

La Commissione europea ha pertanto realizzato la “Guida sui finanziamenti europei per il settore turistico (2014-2020)”, pensata per aiutare ad individuare lo strumento più idoneo a finanziare un’azione specifica e per fornire informazioni utili sulla ricerca partner e

⁴ EEA (2012), *Consumption and the Environment - Update to the European Environment State and Outlook 2010 (SOER 2010) thematic assessment.*

sulla procedura da seguire in risposta ad un bando.

L'Unione europea finanzia il settore turistico attraverso fondi a gestione indiretta e fondi a gestione diretta. I primi sono finanziamenti erogati sotto forma di prestiti o garanzie grazie agli intermediari finanziari o attraverso fondi gestiti da regioni, enti locali o altri organismi preposti. I secondi invece vengono gestiti direttamente dalla Commissione europea e dalle sue agenzie esecutive a Bruxelles oppure dalle agenzie nazionali presenti nei vari Stati membri.

Per quanto riguarda lo *slow tourism* o il turismo sostenibile, esistono diversi programmi di finanziamento per questo settore. I fondi strutturali come il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale⁵, il Fondo Sociale Europeo⁶, il Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale⁷, prevedono azioni per la riqualificazione del territorio, la formazione degli operatori turistici e lo sviluppo di turismo "di nicchia" come l'ecoturismo in una regione specifica. Il turismo sostenibile s'intreccia bene con il programma LIFE⁸ che da diversi anni mira alla protezione

dell'ambiente e degli habitat naturali, portando alla creazione di riserve protette, dove è possibile sviluppare progetti turistici nel pieno rispetto di queste zone. Progetti ad alto contenuto tecnologico possono essere finanziati attraverso il programma per la ricerca e l'innovazione Horizon 2020⁹, che permette di creare reti nel settore turistico e servizi digitali a supporto degli enti e dei turisti. Anche i programmi Europa Creativa¹⁰ e Erasmus+¹¹ offrono la possibilità di presentare progetti a favore del turismo, finanziando nello specifico attività di promozione culturale e formazione e aggiornamento degli operatori del settore. Il programma COSME¹² per la competitività delle piccole e medie imprese offre una *call for proposals* annuale sul turismo sostenibile, oltre ad altri bandi legati al turismo degli anziani e giovani in bassa stagione, alla promozione di destinazioni di eccellenza, agli itinerari culturali sui prodotti di lusso e alla crescita economica nel settore turistico.

⁵ [Fondo Europeo di Sviluppo Regionale](#)

⁶ [Fondo Sociale Europeo](#)

⁷ [Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale](#)

⁸ [Programma LIFE](#)

⁹ [Programma Horizon 2020](#)

¹⁰ [Programma Europa Creativa](#)

¹¹ [Programma Erasmus +](#)

¹² [Programma COSME](#)

5. Il progetto "TATRA - Tastes of Trappists: a slow tourism experience"

Nel 2013 la *call for proposals* 70/G/ENT/CIP/13/BN03S04 “*Supporting the enhancement and promotion of sustainable transnational thematic tourism products*” ha permesso di finanziare 6 progetti europei. Tra questi, il progetto “*TATRA - Tastes of Trappists: a slow tourism experience*” si pone come obiettivo quello di promuovere il turismo sostenibile – a piedi e in bicicletta – legato alle abbazie trappiste in Europa, famose per la produzione di birra, cioccolato, formaggio, pane e altri prodotti artigianali.

Nello specifico si tratta di un progetto di 15 mesi finanziato dal Programma europeo per la Competitività e l'Innovazione (CIP) e realizzato da un consorzio di 7 partner da 4 Paesi europei (Belgio, Paesi Bassi, Germania e Italia):

- ~ Camera di Commercio Belgio-Italiana (Belgio, capofila del progetto);
- ~ Visit Flanders (Belgio);
- ~ Toerisme Provincie Antwerpen (Belgio);
- ~ Camera di Commercio Italiana per la Germania (Germania);
- ~ Bierevents (Paesi Bassi);
- ~ Regio Hart van Brabant (Paesi Bassi);
- ~ Fondazione per le Scienze Religiose Giovanni XXIII (Italia).

Il progetto TATRA si è aggiudicato un co-finanziamento di 241.500 euro pari al 74,9% dei costi eleggibili per la realizzazione di eventi e per la creazione di una piattaforma web.

Le attività del progetto si concentrano attorno a 12 siti trappisti in Europa: Koningshoeven e Zundert nei Paesi Bassi; Mariawald in Germania; Mont des Cats in Francia; Tre Fontane a Roma in Italia; Westmalle, Achel, Westvleteren, Brecht, Rochefort, Chimay, e Orval in Belgio.

5.1 I trappisti

L'Ordine dei Cistercensi della Stretta Osservanza, conosciuto anche come Trappista, è un ordine religioso contemplativo cattolico che fa parte della più ampia famiglia cistercense. Il nome "trappista" deriva dall'Abbazia francese di La Trappe, che fu la prima comunità monastica che adottò un'interpretazione restrittiva e rigorosa delle regole monastiche dell'ordine cistercense e divenne un modello per la riforma spirituale delle altre abbazie “Trappiste”. Secondo la Regola di San Benedetto, la vita monastica può essere riassunta dal motto "*ora et labora*" (prega e lavora). La preghiera è quindi l'elemento centrale della vita dei monaci.

Oltre alla preghiera, i monaci e le monache dedicano una gran parte del loro tempo al lavoro manuale. Tale lavoro viene eseguito come una forma di solidarietà e di servizio e pertanto viene considerato una preghiera silenziosa. I Trappisti producono una vasta gamma di prodotti, come la birra, formaggio, sapone e miele. I proventi delle vendite sono destinati al sostentamento del monastero e ad opere filantropiche.

5.2 L'Associazione Internazionale Trappista

L'Associazione Internazionale Trappista (www.trappist.be) è un'organizzazione senza scopo di lucro, composta da 20 monasteri trappisti e promuove il valore delle attività economiche all'interno dei monasteri. Secondo l'Associazione Internazionale Trappista, i prodotti Trappisti devono rispettare alcuni criteri fondamentali, al fine di ottenere e mantenere l'etichetta di "*Authentic Trappist product*":

- ~ il legame tra il processo di lavorazione e l'abbazia è molto forte: le merci devono essere prodotte all'interno dell'abbazia e sotto il controllo dei monaci;
- ~ poiché il lavoro è parte della vita monastica, esso ne deve rispettare i valori. La commercializzazione del prodotto deve

quindi essere sobria, conformemente allo stile di vita cistercense;

- ~ il profitto derivante dalle vendite deve essere utilizzato per la sussistenza della comunità trappista e per opere di carattere filantropico.

5.3 Sede delle abbazie trappiste

La maggior concentrazione di monasteri trappisti si trova poco lontano dall'antica abbazia di La Trappe in Francia, ma l'ordine dei trappisti si è diffuso anche in altri Paesi europei (tra cui l'Italia dove risiede l'abate generale), in America, in Africa e in Asia. L'Associazione Internazionale Trappista comprende invece solo monasteri da Belgio, Spagna, Paesi Bassi, Austria, Stati Uniti, Germania, Francia e Italia, che hanno deciso di aderirvi per tutelare e valorizzare i propri prodotti.

Le abbazie trappiste si trovano generalmente in zone rurali o in parchi naturali che hanno mantenuto l'aspetto agreste proprio grazie ai monaci che, soprattutto nel passato, si occupavano della coltivazione dei terreni circostanti l'abbazia. Boschi, campi coltivati, prati per il pascolo rappresentano l'ambiente ideale per delle escursioni a piedi, in bici o a cavallo, a stretto contatto con la natura e all'aria aperta.

5.4 Obiettivi del progetto TATRA

L'obiettivo del progetto TATRA è pertanto quello di permettere ai turisti di organizzare una vacanza "sostenibile" combinando il moto, la natura e la scoperta dei prodotti e delle tradizioni locali attraverso una piattaforma web a loro dedicata. Allo stesso tempo il progetto cerca di agire sulle piccole e medie imprese del territorio, affinché siano incentivate a sviluppare un'accoglienza turistica e commerciale che sia in linea con i criteri dello *slow tourism* e che valorizzi i prodotti del territorio e in particolare quelli trappisti.

Il progetto, infatti, mira a creare una strategia di turismo sostenibile transnazionale che aumenti la visibilità degli itinerari ciclabili e pedonali costruiti attorno alle abbazie trappiste, concentrandosi in particolare sul ruolo delle imprese del territorio nei settori ho.re.ca. e turistico. L'incremento dei flussi turistici che si crea grazie a questo progetto porta dei benefici all'economia locale in termini di maggiori entrate per hotel, camping, bar, ristoranti, negozi e noleggio bici e in termini di infrastrutture potenziate poi dagli enti locali (sentieri e piste ciclabili), il tutto nel pieno rispetto della natura e delle tradizioni locali. Destinazioni turistiche più periferiche come quelle delle abbazie trappiste

riuscirebbero ad evitare il fenomeno dello spopolamento e a mantenere vive tradizioni, culture e prodotti del territorio.

5.5 Attività del progetto

Durante i 15 mesi del progetto i partner hanno lavorato su diverse attività, con l'obiettivo finale di realizzare una piattaforma web destinata ai turisti.

Dopo una prima fase di ricerca scientifica e storica delle abbazie trappiste, dei loro prodotti e tradizioni, i partner hanno provveduto a mappare gli itinerari ciclabili e pedonali esistenti attorno ai monasteri compresi nel progetto e a selezionare hotel, b&b, camping, bar, ristoranti, negozi e servizi turistici situati lungo i percorsi.

Le piccole e medie imprese del territorio sono state poi coinvolte in 8 workshop nelle regioni vicine alle abbazie trappiste (Tilburg, Turnhout, Poperinge, Mariawald, Colonia, Rochefort, Bruxelles, Roma): queste sessioni di formazione e informazione avevano l'obiettivo di fornire gli strumenti utili per valorizzare l'attività dell'azienda legandola al progetto e ai prodotti trappisti e miravano a collegare i diversi stakeholder per costruire strategie turistiche di successo.

Anche il pubblico generale è stato coinvolto nel progetto attraverso eventi pubblici a

Bruxelles e Roma, ma anche attraverso una pagina Facebook e un account Twitter dedicati, il sito web www.tatraproject.eu e una newsletter per l'aggiornamento delle attività e degli eventi del progetto. Sono inoltre stati distribuiti dei leaflet multilingue agli uffici turistici locali e si è valorizzato il territorio grazie alla nuova applicazione Krumb (www.krumb.be).

I risultati finali sono ora visibili nella piattaforma web www.tastesofabbey.com dove sono disponibili tutte le informazioni utili per pianificare una vacanza attorno alle abbazie trappiste. La piattaforma è indirizzata in modo particolare a escursionisti, viaggiatori individuali o piccoli gruppi che sono interessati a vivere un'esperienza all'aperto e a stretto contatto con la natura, conoscendo meglio il territorio, le produzioni e la cultura locali. Oltre una mappa generale in homepage, la piattaforma presenta in diverse pagine le informazioni essenziali per le 12 abbazie del progetto, quali posizione, storia, eventuali orari di apertura, accesso a centro visitatori o negozi ufficiali, attrazioni turistiche della zona. Nella stessa pagina vengono poi evidenziati i percorsi ciclabili e pedonali nelle vicinanze e i servizi disponibili, grazie a mappe dedicate e pacchetti turistici messi in evidenza. Le mappe possono essere scaricate

in formato *gps* e usate per orientarsi durante il percorso. Altre sezioni della piattaforma sono invece dedicate alla storia dell'ordine trappista, all'Associazione Internazionale Trappista e alla descrizione del progetto e dei relativi partner. La sezione News permette un aggiornamento continuo di attività e iniziative, oltre ai link a Facebook, Twitter e alla newsletter.

5.6 Futuro del progetto

Il progetto TATRA ha avuto il finanziamento dell'Unione europea per un periodo totale di 15 mesi, da aprile 2014 a giugno 2015. Al termine di questo periodo, alcuni dei partner hanno deciso di continuare a finanziare le attività legate alla piattaforma web, con l'obiettivo di diffondere tra i viaggiatori gli itinerari ivi presenti e di coinvolgere un sempre maggior numero di imprese, agenzie di viaggi e tour operator.

Attraverso la pagina Facebook e altri strumenti di marketing, i partner continueranno quindi a promuovere questo modello di turismo a stretto contatto con la natura e con i prodotti locali. Le attività si concentreranno soprattutto su Belgio e Paesi Bassi, dove sono presenti la maggior parte di abbazie trappiste e dove l'interesse per escursioni in bici o a piedi è più sviluppato.

L'identificazione di nuovi pacchetti di vacanza e l'aggiornamento continuo di notizie ed eventi permetteranno di mantenere attiva la piattaforma web Tastes of Abbeys, non escludendo l'inclusione di ulteriori destinazioni e abbazie in futuro.

6. Conclusioni

Il progetto TATRA rappresenta un esempio di come si possa combinare la promozione di modelli di turismo sostenibili dal punto di vista ambientale con la valorizzazione dei prodotti tipici del territorio.

È importante anche comprendere l'effetto moltiplicatore che questo tipo di progetti possono avere: la visibilità offerta attraverso la piattaforma web può portare a un incremento dei flussi turistici nella zona e quindi a delle maggiori entrate per le aziende del settore ho.re.ca. e turistico.

Allo stesso tempo gli enti locali hanno l'interesse a potenziare e modernizzare i servizi nella zona, di cui anche i cittadini beneficeranno: nuove piste ciclabili, miglioramento della segnaletica, sistemazione dei sentieri, rafforzamento delle infrastrutture e dei collegamenti, creazione di partnership strategiche per la valorizzazione dell'immagine del territorio, ecc. Nuove aziende e iniziative possono poi nascere per

offrire un'accoglienza turistica adeguata, incrementando l'occupazione in queste zone rurali che invece solitamente vivono il fenomeno dello spopolamento a vantaggio delle aree urbane. Il tutto deve essere realizzato nel pieno rispetto dell'ambiente e delle tradizioni locali, senza far perdere i tratti distintivi che hanno permesso a quel territorio di attrarre visitatori.

Non bisogna infine dimenticare i benefici per i turisti: liberarsi dallo stress, fare attività fisica, assaporare prodotti diversi, ma anche scoprire nuove tradizioni e culture e imparare a rispettare l'ambiente e la natura.

Tutti gli articoli dal 2001 ad oggi
de “le pagine di Risposte Turismo”
sono disponibili on-line
nella sezione dedicata del sito
www.risposteturismo.it



Risposte Turismo srl www.risposteturismo.it

Giudecca 624
30133 Venezia - Italy
P.IVA 03249370275

ph. 041.2446990
fax 041.8520077
info@risposteturismo.it