



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale in
Sviluppo Interculturale dei
Sistemi Turistici

Tesi di Laurea

**La sostenibilità nel
settore turistico: il caso
studio di Cavallino-
Treporti**

Relatrice / Relatore

Ch. Prof. Nicola Camatti

Laureanda

Athena Smerghetto

Matricola 853908

Anno Accademico

2022 / 2023

RINGRAZIAMENTI

Il mio primo e più grande grazie va all'Assessore al Turismo di Cavallino-Treporti Alberto Ballarin, che mi ha consigliato e seguito passo passo, dall'inizio alla fine della stesura di questa tesi: senza il suo aiuto, lo posso affermare, non sarebbe mai venuta alla luce.

Ringrazio di cuore anche le dott.sse Lara Citon e Daniela Dall'Igna dell'Hospitality Team, l'Assessore allo Sport e alle Politiche giovanili Lisa Targhetta, la Portavoce del sindaco Elisa Borri, il sig. Mattia Enzo del Camping Enzo Stella Maris, l'Assessore all'Agricoltura Anna Valeri, la sig.ra Silvia Rui dell'Azienda agricola Scarpi, il sig. Mario Zanella della Cooperativa Saccagnana, il sig. Maurizio Fiorini del Camping Village Cavallino, la dott.ssa Michela Nesto del Parco Turistico e il sig. Angelo Macola del Camping Sant'Angelo per il materiale fornitomi, ma soprattutto per il loro prezioso aiuto e la disponibilità.

Dedico questa tesi a tutte le persone a me care, la mia amata famiglia, il mio ragazzo, i miei amici, che hanno camminato verso di me nei momenti di buio.

La dedico anche a tutta la comunità di Cavallino-Treporti, perché penso che possiamo costruire qualcosa di bello.

INDICE

INTRODUZIONE.....	6
CAPITOLO I: DAL GRAND TOUR AL TURISMO DI MASSA.....	8
1.1. Definizione di turismo e cenni storici.....	8
1.2. L'entità del fenomeno	10
1.3. Gli impatti del turismo di massa.....	12
CAPITOLO II: LA SOSTENIBILITÀ.....	17
2.1. Lo sviluppo sostenibile.....	17
2.2. Il turismo sostenibile.....	20
2.3. Il turismo sostenibile nell'Unione Europea.....	22
2.3.1. L'affermazione del concetto nell'Unione Europea.....	22
2.3.2. Le certificazioni ambientali.....	24
2.4. Il turismo sostenibile e l'Agenda ONU 2030.....	26
2.5. Sfide del terzo decennio: verso un'ottica di sostenibilità turistica.....	29
2.5.1. La lezione del Covid-19.....	29
2.5.2. La crisi energetica 2021-23.....	32
2.5.3. Qual è l'atteggiamento dei turisti italiani nei confronti della sostenibilità?	33
CAPITOLO III: LA LOCALITÀ CAVALLINO TREPORTI.....	37
3.1. Analisi ambientale.....	38
3.1.1. Territorio e ambiente.....	38
3.1.2. Le Tegnùe.....	40
3.2. Analisi turistica.....	42
3.2.1. L'offerta turistica.....	42
3.2.2. La domanda turistica.....	44
3.3. Genesi del fenomeno Cavallino-Treporti.....	47
3.3.1. Dalle origini agli anni '80: lo sviluppo della località turistica.....	47
3.3.2. Il Piano regolatore 1959 e la sua Variante del 1977: da imposizione a opportunità.....	49
3.3.3. Il Manifesto turistico del 2003.....	51
CAPITOLO IV: CAVALLINO-TREPORTI SOSTENIBILE.....	53
4.1. Capitale europea del turismo <i>open air</i>	56
4.1.1. I campeggi di Cavallino-Treporti.....	57
4.1.2. Il Progetto Open Air 2030.....	59
4.2. La Blue & Green Community.....	61
4.2.1. Il quadro normativo di riferimento.....	62

4.2.2. I tavoli tematici.....	64
4.2.3. Il Codice etico, il Manifesto, il Questionario.....	68
4.3. ComuneCiclabile FIAB.....	69
4.3.1. La bandiera gialla FIAB.....	71
4.3.2. La ciclabile a sbalzo sulla laguna.....	73
4.3.3. Altri percorsi ciclabili.....	75
4.4. La destagionalizzazione turistica.....	76
4.4.1. Il grande problema dell’alta stagionalità.....	76
4.4.2. La valorizzazione storico-culturale.....	77
4.4.3. Intervista all’Assessore al Turismo Alberto Ballarin.....	81
4.5. Il camping Enzo Stella Maris: la sostenibilità al primo posto.....	83
4.5.1. Sostenibilità a 360°.....	84
4.5.2. La policy aziendale e i 5 pilastri.....	86
4.5.3. La Certificazione GSTC.....	88
4.6. Il turismo sostenibile come supporto all’agricoltura.....	90
4.6.1. L’agricoltura a Cavallino-Treporti: cenni storici.....	90
4.6.2. La situazione attuale del settore agricolo.....	91
4.6.3. Sapersi reinventare: l’Azienda agricola Scarpi.....	93
4.6.4. Il Camping Cavallino e il progetto della “farm”.....	96
4.7. La promozione turistica.....	98
4.7.1. Il Consorzio Parco Turistico di Cavallino-Treporti.....	98
4.7.2. Il progetto “A braccia aperte”.....	101
4.8. Il coinvolgimento del cittadino.....	102
4.8.1. Il patentino dell’Ospitalità.....	103
4.8.2. Le politiche giovanili.....	104
CONCLUSIONI.....	107
BIBLIOGRAFIA.....	111
SITOGRAFIA.....	112

INTRODUZIONE

Nel corso dell'ultimo secolo il turismo è divenuto una delle attività umane con maggiore rilevanza economica e sociale a livello globale: grazie all'avanzamento tecnologico dei trasporti, alle riforme sociali del lavoro e alle formule di viaggio a basso costo sviluppate negli ultimi vent'anni, esso si è convertito in uno dei primi quattro settori per crescita del PIL ed entrate economiche, arrivando a generare quasi 1 posto di lavoro su 4 nel mondo; tuttavia, il rovescio della medaglia vuole che il turismo sia anche uno dei settori che producono più impatti negativi sul pianeta e sulle società umane, provocando inquinamento, sfruttamento di risorse e persone, precarietà, affollamento e deterioramento delle destinazioni; non ultimo, esso dà vita a quei processi di *gentrification* (si veda paragrafo 1.3) che finiscono per uccidere l'originalità dell'esperienza turistica e, quindi, per annientare le stesse attrattive su cui il turismo si fonda.

Il concetto di sostenibilità nacque già negli anni '60, quando si iniziò a prendere atto del fatto che il modello economico *sviluppista* (si veda cap. 2) adottato fino a quel momento non avrebbe potuto continuare nel futuro, o meglio, non senza provocare dei danni irreversibili all'ambiente e alla stessa umanità; nel corso dei decenni questo concetto si è diffuso all'interno dell'Unione Europea, dove, nell'ambito dei programmi d'azione lanciati per la salvaguardia ambientale, sono state create le certificazioni ambientali, ovvero degli strumenti mirati a garantire il sistema di gestione sostenibile delle imprese, fondato su un costante processo di monitoraggio e miglioramento del sistema adottato.

Infine, a partire dalla Carta di Lanzarote l'idea di sostenibilità ha progressivamente permeato il mondo del turismo, individuato come una delle attività più invasive per tutte e tre le dimensioni della sostenibilità, l'economia, l'ambiente e la società; e tuttavia, il documento *Making tourism more sustainable* del 2005 a cura dell'UNEP e dell'OMT dichiara che il turismo sostenibile è applicabile a ogni destinazione e ogni forma di viaggiare.

Ad oggi, la sostenibilità non è più soltanto un concetto astratto e raccomandato dai grandi organismi mondiali e i documenti elaborati al termine delle conferenze internazionali, ma è divenuta il centro del programma d'azione dell'Agenda ONU 2030 e delle strategie commerciali elaborate dalle imprese, turistiche e non; soprattutto, essa si è convertita in un'esigenza da parte della domanda turistica, sempre più consapevole degli impatti che il proprio viaggiare e far vacanza può produrre e sempre più preoccupata per le sorti di un pianeta portato al limite delle sue possibilità, nonché in fuga dalle innumerevoli *Disneyland* che rendono l'esperienza turistica standardizzata e piatta, e quindi alla ricerca di autenticità e di esperienze memorabili e di valore.

Il fatto è che il turismo, paradossalmente, possiede un grande potenziale per invertire la rotta di questo processo distruttivo: proprio perché coinvolge numeri così grandi, è in grado di rieducare centinaia di milioni di persone e portarle ad adottare scelte di vacanza e comportamenti più responsabili, e di conseguenza stimolare imprese e amministrazioni a elaborare strategie di vendita e di gestione più sostenibili che possano garantire la continuazione del turismo nel tempo senza recare alcun danno, ma anzi regalando benefici alle destinazioni e alle loro comunità di residenti. Nel corso della nostra analisi prenderemo come modello di riferimento la destinazione turistica di Cavallino-Treporti, seconda spiaggia d'Italia per presenze turistiche ormai da anni leader nel settore del turismo *open air*: sviluppatasi a partire dagli anni '50 grazie al turismo balneare e famosa per l'offerta d'eccellenza dei suoi camping, negli ultimi anni ha deciso di allontanarsi sempre più dal turismo di massa e di investire invece in strategie alternative e che comportino benefici durevoli nel tempo.

Una certa inclinazione verso la sostenibilità è stata mostrata da Cavallino-Treporti da sempre, essendo detentore della Bandiera Blu dal 2006 e certificato EMAS dal 2011, oltre a sorgere su quello che a tutti gli effetti è un territorio Unesco, essendo Venezia iscritta insieme a tutta la sua laguna alla Lista del Patrimonio dell'Umanità dal 1987; in seguito la località ha ottenuto numerosi altri riconoscimenti e primati, ma sono soprattutto le nuove iniziative amministrative e imprenditoriali a interessare il presente lavoro: il progetto della Blue & Green Community, ad esempio, è un programma partecipato e aperto a tutte le imprese e a tutta la comunità residente per arrivare a trasformare Cavallino-Treporti, e non solo le sue strutture ricettive, in una destinazione turistica sostenibile a 360°; l'investimento nella ciclabilità, di cui la nuova pista ciclabile a sbalzo sulla laguna rappresenta il vessillo, diventa, oltre che un incoraggiamento alla mobilità a basso impatto ambientale, uno strumento di valorizzazione territoriale e di destagionalizzazione turistica; il progetto Open Air 2030, elaborato da Faita-Federcamping, intende stimolare le strutture turistiche all'aria aperta a misurare le proprie performance di sostenibilità in quanto esse sono, tra gli altri, uno strumento di competitività.

Tutte queste iniziative saranno al centro della nostra analisi non solo per i benefici che apportano oggi al territorio, ma soprattutto per la loro capacità di guardare al *futuro*: l'obiettivo finale dello sviluppo sostenibile, come del turismo sostenibile, è infatti quello di garantire tanto un ambiente in salute quanto la continuazione dell'attività turistica nel mondo di domani.

CAPITOLO I: DAL GRAND TOUR AL TURISMO DI MASSA

1.1. Definizione di turismo e cenni storici:

Da Walter Hunziker a John Urry, sono molti gli studiosi del turismo che nel tempo hanno cercato di darle una definizione; ad oggi, tuttavia, la più completa e soddisfacente definizione di turismo/turista risulta essere quella data dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT)¹, che recita così: *“un turista è chiunque viaggi in Paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte, ma non superiore a un anno e il cui scopo abituale sia diverso dall'esercizio di ogni attività remunerata all'interno del Paese visitato. In questo termine sono inclusi coloro che viaggiano per: svago, riposo e vacanza; per visitare amici e parenti; per motivi di affari e professionali, per motivi di salute, religiosi/pellegrinaggio e altro”*.

Da questa definizione emergono, quindi, tre dimensioni attorno a cui si articola l'attività turistica:

1. lo spazio: il turista deve necessariamente spostarsi fuori dal luogo di residenza;
2. il tempo: la permanenza nei luoghi visitati dev'essere inferiore a una certa durata; tuttavia, deve necessariamente includere il pernottamento, questo perché dal 1968 l'OMT decide di distinguere il *Turista* dall'*Escursionista* (che si trattiene per meno di 24h nel luogo visitato);
3. la motivazione: lo scopo del viaggio, che non può coincidere con la remunerazione.

È opinione comune che il turismo sia un fenomeno relativamente recente, ma è solo perché tendiamo a considerarlo in relazione al turismo di massa, che si è infatti sviluppato nel Novecento, e in particolar modo a partire dal secondo dopoguerra.

In realtà, le prime tracce di spostamenti dell'uomo al di fuori del luogo di residenza risalgono all'antichità, per motivi che vanno dalla mera sopravvivenza a quelli commerciali, religiosi, fino a comprendere lo svago o l'interscambio culturale, a testimonianza dell'innata curiosità e della sete di conoscenza verso altre culture che da sempre caratterizzano l'animo umano.

Nella storia del turismo vengono considerate quattro principali fasi: proto-turismo, turismo moderno, turismo di massa e turismo globale:

¹World Tourism Organisation (WTO): agenzia specializzata dell'ONU con sede a Madrid, la cui missione è quella di promuovere il turismo responsabile, sostenibile e universalmente accessibile.

Nel 2005 l'acronimo viene ufficialmente cambiato in UNWTO, onde evitare fraintendimenti con la World Trade Organisation.

Proto-turismo

Come lo stesso nome suggerisce, il proto-turismo è una forma primordiale di turismo, in cui il viaggio è sempre estremamente lungo e connotato dalla fatica e dalla paura di eventuali sciagure; manca inoltre una qualsivoglia forma di imprenditorialità nell'organizzazione dell'ospitalità e nel sostentamento del viaggiatore.

Tracce di turismo ancestrale possono essere trovate già nell'Antica Grecia a fini religiosi e ludici verso città come Delfi e Olimpia.

Nel Medioevo lo scopo del viaggio è a carattere prevalentemente religioso: il pellegrinaggio trova infatti in questa epoca il suo massimo sviluppo, ed è inizialmente la Chiesa a farsi carico di organizzarlo, cosicché i pellegrini in viaggio verso luoghi sacri al Cristianesimo (come Santiago de Compostela, Roma o Gerusalemme) possano trovare ospitalità presso conventi e abbazie.

Con l'avvento dell'Umanesimo e del Rinascimento, l'approccio del viaggio perde la sua connotazione religiosa per abbracciare quella culturale; dal XVI al XIX secolo vediamo poi l'affermarsi di una pratica che verrà chiamata "Grand Tour", una sorta di viaggio di formazione prevista per i giovani aristocratici della durata di circa tre anni e finalizzata alla scoperta delle più importanti città d'arte europee: inizialmente diffuso solo in Europa, il Grand Tour sarà in seguito praticato anche dai giovani americani, spinti a conoscere le meraviglie del Vecchio Continente.

Turismo moderno:

Nasce nell'Ottocento in Gran Bretagna, primo paese in cui prende piede la rivoluzione industriale, che permette un migliore sviluppo delle vie di comunicazione, dei trasporti e delle strutture turistiche; rimane in quest'epoca ancora una pratica prevalentemente elitaria, mentre il proletariato è confinato nelle fabbriche e costretto a condizioni di vita disumane. Proprio in questo contesto Thomas Cook, titolare di un'agenzia viaggi, concepisce l'idea di organizzare delle escursioni per la classe operaia, in modo da garantire ai lavoratori delle fughe da quella vita malsana, lontano dallo smog e dagli orari di lavoro massacranti.

Cook fu d'ispirazione per molti, e fu grazie al suo esempio che si sviluppò quello che viene chiamato "turismo sociale", inteso cioè a dare la possibilità di viaggiare anche ai ceti meno abbienti.

Turismo di massa:

Si afferma grazie a diversi fattori: la diffusione dell'automobile, la riduzione dei costi dei trasporti, la maggiore sicurezza nel viaggiare, l'introduzione delle ferie retribuite, l'aumento del reddito pro-capite. Il turismo ora non è più una pratica esclusiva dell'élite, ma vi possono accedere tutti gli strati della popolazione; acquisisce inoltre un carattere fortemente internazionale grazie alla creazione del volo charter, e, anche grazie alla decolonizzazione del secondo dopoguerra, guarderà sempre più

verso destinazioni esotiche, come quelle africane e asiatiche.

Il fenomeno cresce nel secondo dopoguerra a livelli esponenziali, favorito dal boom economico. Le mete predilette sono le località balneari e le città d'arte, tendenza di cui beneficiano in particolar modo l'Europa e il Mediterraneo: in funzione di queste preferenze, il turismo di massa viene infatti ribattezzato anche "turismo delle 4S" (*sun, sand, sex, sea*).

Turismo globale:

Legato essenzialmente alla formula dei voli *low cost* e alla diffusione delle nuove tecnologie, che permettono al turista di pianificare da solo il suo viaggio e a ridurre sempre di più il suo ricorso a forme di intermediazione (come l'agenzia viaggi).

Avviene però, in quest'ultima fase, un'inversione di rotta nella preferenza delle destinazioni e nel modo di fare turismo: in un mondo dove non esistono più mete sconosciute e in cui l'ambiente è ormai al collasso (e sul quale il turismo ha un notevole impatto), si presta molta più attenzione alla qualità del servizio e all'adozione di pratiche sostenibili.

Vediamo quindi che il turismo sostenibile non è una pratica raccomandata a gran voce dai grandi organismi come l'OMT o la Commissione Europea: esso è un'esigenza invocata *in primis* dalla domanda turistica e dalle nuove sensibilità sviluppatasi negli ultimi decenni.

1.2. L'entità del fenomeno turistico

Per capire la necessità di virare verso un turismo sostenibile, è innanzitutto fondamentale comprendere l'entità (e il peso) del fenomeno turistico.

Considereremo ora i risultati dell'anno 2019, che prendiamo come punto di riferimento in quanto ultimo anno prima che la pandemia del Covid-19 sconvolgesse il mondo e l'intero settore del turismo, causando un improvviso arresto dei flussi turistici senza precedenti nella storia.

Il report del WTTC², comprendente i dati di 185 paesi, stima che nel 2019 il settore dei viaggi e del turismo (considerando impatti diretti, indiretti e indotti³) generava a livello globale 1 posto di lavoro su 4, ossia il 10,3% dei posti di lavoro (333 mln), per un contributo del 10,3% del PIL mondiale, (pari a 9,6 trilioni di US\$); negli ultimi vent'anni, inoltre, avrebbe conosciuto una crescita

²World Travel & Tourism Council (WTTC): organismo internazionale non-profit che, in collaborazione con i governi nazionali, si occupa di diffondere consapevolezza sull'industria dei viaggi e del turismo. Tra le sue principali attività troviamo la ricerca sull'impatto economico e sociale di tale industria e l'organizzazione di summit per discutere dei suoi più rilevanti sviluppi e problematiche.

³Si veda paragrafo 1.3

esponenziale, superando addirittura l'esportazione di petrolio, il settore alimentare e quello automobilistico.

Secondo l'*International Tourism Highlights, 2020 Edition* a cura dell'UNWTO, il 2019 sarebbe stato il decimo anno di crescita consecutiva per il settore (dopo l'arresto del 2008-09, causato dalla crisi finanziaria), con un incremento degli ITA⁴ del 4%, pari a 1,4 mld: una crescita, quindi, molto buona, anche se inferiore a quelle eccezionali del 2017 (+7%) e del 2018 (+6%).

L'incremento avrebbe riguardato tutte le aree, e in particolar modo il Medio Oriente (+8%), finalmente in ripresa dopo lo stallo degli anni precedenti, probabilmente dovuto alle instabilità politiche presenti nell'area e alle tristi vicende legate agli attacchi terroristici, come quello avvenuto al museo del Bardo di Tunisi nel marzo 2015; a seguire, Asia e Pacifico ed Europa (entrambe +4%) e, per ultime, le Americhe e l'Africa a pari merito (+2%).

Sempre a livello di turismo "inbound", vale a dire i flussi turistici provenienti dall'estero, la regione più visitata si riconfermava quella europea, dove si concentrava il 51% degli ITA totali, seguita da Asia e Pacifico (25%), Americhe (15%), Africa (5%) e, per ultimo, il Medio Oriente (4%).

Tra le 10 destinazioni più visitate, troviamo nel seguente ordine: Francia, Spagna, Stati Uniti, Cina, Italia, Turchia, Messico, Thailandia, Germania e Regno Unito.

Un altro indicatore chiave è rappresentato dalle "entrate turistiche internazionali", cioè le spese economiche effettuate dai visitatori (siano essi turisti o escursionisti) nel luogo dove viene consumata l'attività turistica: con un incremento di spesa del +3% (US\$ 1,4 mld); queste, sommate ai 255 mln legati alle spese per i trasporti, hanno raggiunto un totale di US\$ 1,7 mld di esportazioni turistiche internazionali: vale a dire, il 7% delle esportazioni globali, che hanno posto il settore turistico al terzo posto per le esportazioni di categoria, dopo quella del petrolio e delle sostanze chimiche.

Vale la pena focalizzarsi sul continente Europeo, che come abbiamo visto, risulta essere il più visitato a livello globale: solo in Europa, infatti, nel 2019 si sono registrati 744 mln di ITA, per un totale di US\$ 576 mld di ITR.

Di questo trend ha beneficiato soprattutto la zona del Mediterraneo, col +5% degli arrivi totali, e che ha visto una forte aumento soprattutto in Italia, Portogallo, Grecia e Malta; è stato invece il Nord Europa a vedere la crescita più modesta, pari al +2%. Spostandoci verso Occidente, vediamo l'Olanda battersi per promuovere il turismo nel suo territorio al di fuori della città di Amsterdam. Anche dal punto di vista del turismo "outbound" l'Europa non delude, raggiungendo il 48% del totale; troviamo inoltre ben 4 paesi europei tra gli spenditori più "prodighi", tra cui la Germania,

⁴International Tourist Arrivals

che si classifica al terzo posto dopo Cina e Stati Uniti, con 93mln di US\$ spesi durante i viaggi internazionali.

Di questo 2019 non dimentichiamo infine gli effetti negativi nel turismo “outbound” proveniente dal Regno Unito, riflesso della Brexit del 2016.

Per quanto riguarda le strutture ricettive, secondo il *Tourist accommodation establishments, 2016* a cura dell’Eurostat, l’UE-28 ne contava ben 608.400, insieme a 31,3 milioni di posti letto turistici: si denota una fitta concentrazione di posti letto tra Italia (4,9 mln) e Francia (5,1 mln), che sommati, arrivano a 1/3 del totale; detengono invece il primato per il numero di strutture ricettive Italia (178.449) e Regno Unito (84.580).

Secondo una stima del 2018, sembra che il turismo contribuisse direttamente al PIL dell’UE per il 3,9%; dal 2009, inoltre, il turismo beneficia a livello comunitario di una propria base giuridica, ma non di una linea finanziaria autonoma nell’attuale quadro pluriennale (2021-2027).

1.3. Gli impatti del turismo di massa

Analizzate le dimensioni globali del fenomeno turistico, appare chiaro che numeri tanto importanti non possano non causare degli impatti: in questo paragrafo li prenderemo in esame, in modo da mettere in luce che una gestione sostenibile del turismo è imprescindibile e inevitabile se si vogliono evitare forti ripercussioni, tanto a livello globale quanto locale.

A partire da questo, analizziamo ora gli impatti che il turismo esercita sulle tre dimensioni della sostenibilità: economia, ambiente e società.

Va ricordato, parlando di congestione turistica, che nel 1997 l’UNEP⁵ ha creato un valido strumento di analisi per la pianificazione e la gestione turistica, ossia la valutazione della Capacità di Carico Turistica (Tourism Carrying Capacity Assessment – TCCA), definita come “il numero massimo di persone che visitano, nello stesso periodo, una località turistica senza comprometterne l’ambiente fisico, economico e socio-culturale, e senza ridurre la soddisfazione dei turisti”: superata questa soglia, si parla di “overtourism”, termine coniato dall’OMT per indicare l’impatto negativo del turismo eccessivo all’interno di una destinazione, percepito tanto dai residenti quanto dagli stessi turisti.

⁵UN Environment Programme: autorità globale per l’ambiente, con programmi focalizzati su clima, natura, inquinamento e sviluppo sostenibile.

La capacità di carico può essere suddivisa in:

- *capacità di carico fisica*: si riferisce al limite del numero di visitatori oltre il quale vengono danneggiate le risorse ambientali e culturali;
- *capacità di carico economica*: superata questa soglia, la qualità della visita si abbassa, tanto da ridurre la domanda turistica;
- *capacità di carico sociale*: oltre questo limite, le funzioni non turistiche vengono danneggiate⁶.

Dal punto di vista economico, come abbiamo visto nel paragrafo 1.2, il turismo è fonte di ingenti impatti economici attraverso effetti diretti, indiretti e indotti: vediamo nel dettaglio a cosa si riferiscono.

Si parla di effetto diretto quando si fa riferimento a quelle aziende che ricevono direttamente la spesa turistica (come hotel, ristoranti, compagnie aeree, ecc.), il cui valore effettivo è dato dal valore della spesa turistica meno il valore delle spese necessarie a soddisfare la domanda di quei beni e/o servizi; l'effetto indiretto indica invece il giro di spesa generato dalle stesse aziende che, per permettere il proprio funzionamento, dovranno rivolgersi ad altre aziende (commercialisti, fornitori di cibo e bevande, di energia elettrica, ecc.); il giro di spesa di effetti diretti e indiretti, infine, si tradurrà in un accumulo di reddito per i residenti locali (sotto forma di salari, rendite, ecc.), che viene detto effetto indotto.

Chiarito questo punto, analizziamo ora quali sono gli impatti economici positivi e negativi del turismo.

Innanzitutto, dal punto di vista dell'offerta, il settore turistico genera, oltre a ingenti introiti, anche alti livelli di occupazione: solo in Europa, fino al 2019, l'Eurostat calcolava che vi trovassero impiego ben 12,5 milioni di persone, e che in alcuni paesi (come Grecia, Cipro e Malta) la percentuale di occupati nel settore fosse particolarmente rilevante, fino ad arrivare al 28%. Il rovescio della medaglia di un dato così positivo sono le caratteristiche dell'occupazione turistica, di cui la spiccata stagionalità è forse la più rilevante: il dashboard dell'UNWTO delle performance turistiche mostra come ogni anno nei Paesi più visitati al mondo i flussi inizino a salire solo tra marzo e aprile, per raggiungere il picco nei mesi estivi e poi tornare ad abbassarsi, fino ad appiattirsi quasi completamente verso novembre. Ciò è fonte di disagi per i lavoratori stagionali, spesso vittime di precarietà, sfruttamento e assunzioni con contratti di lavoro irregolari. Oltre a ciò, in particolare nei paesi in via di sviluppo, il turismo rappresenta la principale economia e offre impiego a molte persone, ma si tratta molto spesso di mansioni umili e sottopagate.

⁶Angelini A. - Giurrandino A., *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, FrancoAngelini, Milano, 2019, p. 40

Altri impatti negativi sono collegati alla conversione delle attività produttive in attività adibite a scopi turistici: non è un caso che F. Zanini e F. Lando dedichino un intero capitolo del libro *Turismo sostenibile e sviluppo locale* (Romei, CEDAM, 2009) all'impatto del turismo sul commercio al dettaglio nella città di Venezia, dove la congestione di turisti in determinate zone urbane ne ha stravolto funzioni e struttura commerciale.

Va ricordato che, sempre restando nell'ambito economico, il turismo non è un settore "affidabile", ma si tratta di un'economia volatile, soggetta a molteplici fattori (guerre, epidemie, catastrofi naturali), che possono arrivare a comprometterla completamente.

Risulta inoltre essere un mercato molto influenzabile dalle mode e fortemente legato allo status attribuito in un determinato momento alle destinazioni: come fa notare J. Urry, ciò è accaduto alle destinazioni balneari, probabilmente le mete più ambite nel secondo dopoguerra, che però sono in seguito divenute oggetto di un minore interesse, forse anche a causa della de-industrializzazione di molti centri urbani e il conseguente bisogno ridotto di "fuggire verso il mare". A supporto di ciò, il sociologo A. Savelli sostiene che, una volta che le destinazioni turistiche raggiungono una condizione di *congestione*, inizia un processo di *distinzione* da parte dei turisti che si orientano verso altri luoghi e contenuti più inconsueti e originali.

Passiamo poi ad analizzare la dimensione ambientale, quella in cui il turismo produce forse gli impatti peggiori.

Con questo non si vuole affermare che il settore abbia delle ripercussioni solo negative sull'ambiente, in quanto esso può rappresentare un input alla conservazione e alla valorizzazione di certe aree naturali, oppure contribuire alla sensibilizzazione ambientale; tuttavia, dalle emissioni di gas serra all'aumento di rifiuti, gli impatti negativi risultano essere decisamente più consistenti rispetto ai circoli virtuosi da esso creati.

Secondo l'UNEP, i maggiori impatti negativi sull'ambiente derivanti dal turismo sono essenzialmente tre: lo sfruttamento di risorse naturali, l'inquinamento e il deterioramento fisico degli ecosistemi.

La risorsa su cui si concentrano le maggiori preoccupazioni è l'acqua: non solo se ne fa ampio uso in hotel, piscine e aree benessere, ma sembra che in vacanza si tenda a consumarne più di quanto non si faccia a casa. Naturalmente, le preoccupazioni si intensificano in quelle aree dove la risorsa scarseggia di per sé -come il Sud del mondo o l'Europa mediterranea-, soprattutto perché la domanda raggiunge il picco nei mesi in cui le precipitazioni si fanno più rare e la siccità imperversa. Se per il *Water Equity in Tourism*, a Zanzibar l'uso domestico di acqua si aggira attorno ai 93 litri al giorno, quello alberghiero arriverebbe ai 686 litri per camera e, in strutture di lusso, supererebbe i 3000 litri giornalieri.

Altre preoccupazioni riguardano anche gli sprechi, come quello di cibo e rifiuti. L'UNEP stima che un turista produrrebbe da solo fino a 12 kg di rifiuti solidi al giorno: ben 8.000 tonnellate di plastica finiscono nei mari ogni anno, con un aumento del 40% durante la stagione turistica, i quali, oltre a rovinare inevitabilmente la qualità del paesaggio, rappresentano una delle principali cause di morte della fauna marina locale.

L'attività turistica produce i suoi danni anche nell'inquinamento acustico e luminoso, ma sono soprattutto l'emissione dei gas serra e il surriscaldamento globale a lanciare l'allarme ambientale: il maggiore responsabile è certamente il settore dei trasporti, una delle industrie più inquinanti al mondo: il turismo, secondo l'UNWTO, avrebbe contribuito per il 22% delle emissioni globali causate dai mezzi di trasporto nel 2016, e avrebbe visto in aeroplano, automobile e crociere i mezzi più incriminati per il rilascio di CO₂ legato ai motori alimentati a combustibili fossili.

Non dobbiamo dimenticare, infine, il rischio di perdita della biodiversità: oltre alla plastica e alle sostanze tossiche rilasciate nell'ambiente, l'occupazione del suolo e l'erosione degli ecosistemi causano ogni anno la distruzione di zone umide, foreste pluviali e barriere coralline, con drammatiche conseguenze per l'alterazione dei cicli biologici e, quindi, la sopravvivenza stessa delle specie floro-faunistiche.

Veniamo ora ad analizzare l'ultima dimensione, quella relativa alla società.

Gli impatti sociali positivi del turismo sono numerosi, se consideriamo che mette in contatto popoli diversi, favorendo la possibilità di aprire un dialogo fra culture e stimolare la curiosità e il rispetto reciproci; non solo, grazie al turismo avviene una sorta di "contaminazione culturale" che può rivelarsi molto positiva, e tradursi in una maggiore liberalizzazione dei costumi sociali o della condizione femminile. A proposito di donne, sembra che esse siano predominanti nell'occupazione turistica, ricoprendo il 54% degli impieghi in tutto il mondo, e l'indipendenza economica è certamente un passo avanti verso la conquista dell'emancipazione.

Purtroppo, a livello sociale si riscontrano anche molti impatti negativi, a cominciare dalla questione culturale: la cultura di un luogo rappresenta una delle maggiori attrattive per il turista, in particolar modo per alcune forme di turismo: basti pensare al turismo etnico, in cui i visitatori sono spinti dalla curiosità verso usi, costumi e stili di vita di un determinato popolo. Si apre qui quello che Corrado del Bò nella sua opera "Etica del turismo" (Carocci, 2017) definisce "problema dell'autenticità rappresentata": accade che, quando rituali e tradizioni e diventano oggetto di interesse, spesso i popoli in questione li mettano letteralmente in scena per attrarre flussi turistici, per poi tornare ad abitudini meno "tribali" quando i turisti non ci sono.

Per assistere a una standardizzazione e spettacolarizzazione della cultura locale, non serve tuttavia ricorrere al turismo etnico, in quanto fenomeni del genere si riscontrano anche nelle città europee

più visitate: un buon esempio di ciò può essere trovato nel film-documentario “Bye bye Barcelona” (2014), dove i cittadini barcellonesi lamentano, tra gli altri danni creati dal turismo di massa, il fatto che la città si “prostituisca” ai turisti, stravolgendo la liberalità dei costumi per la quale è nota e finendo per cadere nel cattivo gusto e nella volgarità.

Un altro punto riguarda il rapporto fra locali e turisti: se è vero che il turismo può favorire l'avvicinamento fra i popoli, è altrettanto vero che un turismo sconsiderato può causare sentimenti di inimicizia e irritabilità, specialmente da parte dei residenti che vedono la città in cui vivono diventare una sorta di “Disneyland” sempre più a misura di turista.

Corrado del Bò individua quattro fasi di contatto fra popolazione locale e turisti: *idillio*, che vede pochi turisti perfettamente inseriti nella società ospite; *conflitto*, dove locali e turisti si spartiscono con difficoltà le infrastrutture; *separazione*, in cui locali e turisti accedono a infrastrutture distinte; *assimilazione o genocidio*, in cui i turisti prevalgono sui locali. Questo processo prende anche il nome di “gentrificazione”, causa di un progressivo spopolamento delle città, con conseguenti cali demografici e invecchiamento della popolazione: ne troviamo un chiaro esempio nel film “Welcome Venice” (2021), dove i protagonisti, due fratelli veneziani, si scontrano per decidere se vendere la loro casa della Giudecca come seconda casa, rendendosi così complici di quel processo di mercificazione e museificazione che da anni sta annientando la città.

Il capitolo si conclude con una deduzione che viene ricavata dalle analisi delle dimensioni del fenomeno turistico e degli impatti che esercita su economia, ambiente e società: il turismo, se praticato in forma massiva, produce molti più impatti negativi che positivi; ma, cosa più importante, finisce per distruggere nel tempo le stesse risorse che generano i flussi turistici. Vale perciò la pena arrivare a compromettere il futuro di una destinazione -e dell'intero pianeta, se consideriamo la questione ambientale- in nome di guadagni economici limitati? La risposta ovviamente è no.

Il turismo sostenibile, al contrario, è una pratica attenta, rispettosa e che guarda al futuro: non a caso viene anche chiamato “turismo durevole”.

Passiamo al capitolo successivo per capire di cosa si tratta e perché ne abbiamo tanto bisogno.

CAPITOLO II. LA SOSTENIBILITÀ TURISTICA

Questo capitolo affronterà il tema del “turismo sostenibile” dalle origini ad oggi, analizzando come si è evoluto a livello globale ed europeo a partire da alcune problematiche sorte già durante il secolo scorso: esso infatti affonda le proprie radici nel più ampio concetto di “sviluppo sostenibile”, di cui si iniziò a dibattere a livello internazionale nel secondo dopoguerra, prendendo atto del fatto che il modello economico *sviluppista* sostenuto fino a quel momento era diventato troppo invasivo per il pianeta.

Analizzeremo poi come si inserisca il turismo nei SDGs dell’Agenda ONU 2030, e come sia cambiata la sensibilità nei confronti della sostenibilità, anche alla luce delle sfide degli ultimi anni, dal cambiamento climatico alla pandemia del Covid-19, alla crisi energetica del 2022.

2.1. Lo sviluppo sostenibile

“L’uomo ha perduto la capacità di prevedere e prevenire. Andrà a finire che distruggerà la Terra.”: correva l’anno 1962 e con queste parole Rachel Carson lanciava nel suo libro *Silent Spring* un primo grido d’allarme ambientale.

La preoccupazione per le sorti planetarie, quindi, iniziò a delinearsi già dai primi anni ‘60, ma trovò un’effettiva evoluzione a partire dal decennio successivo, dopo la fondazione del Club di Roma nel 1968 e la Conferenza di Stoccolma del 1972.

Il Club di Roma è un’associazione civile non-profit con sede ad Amburgo, ma che prende il nome dalla città in cui si è svolta la sua prima riunione⁷. Il suo studio più rilevante fu *The limits to Growth*, commissionato al Massachusetts Institute of Technology (MIT) e pubblicato nel 1972 da Donella e Dennis Meadows, Jørgen Randers e William W. Behrens III: in esso viene messo in luce che, stante la limitatezza fisica delle risorse della Terra, non si può pretendere di svilupparvi un progresso illimitato. Si raccomandava, pertanto, di modificare i tassi di sviluppo per evitare di oltrepassare questi limiti e compromettere quindi il futuro delle generazioni future.

Nello stesso anno venne organizzata dall’ONU la Conferenza di Stoccolma “On the human environment”, al termine della quale venne adottata l’omonima Dichiarazione e sottoscritta dai 113 Paesi partecipanti: nei 26 principi elencati da questo documento, viene sottolineata l’importanza di una collaborazione internazionale -e intergenerazionale- al fine di salvaguardare l’ambiente, ormai divenuto un obiettivo d’importanza primaria per l’umanità come la pace e lo sviluppo economico⁸.

⁷www.treccani.it

⁸www.treccani.it

L'uomo è definito come “creatura e artefice del suo ambiente” e i governi statali devono mettere al centro delle loro legislazioni la tutela e la preservazione delle risorse naturali per garantirne la fruizione alle generazioni future.

La buona riuscita della Conferenza di Stoccolma è testimoniata anche dalla conseguente nascita dell'UNEP, i cui compiti sono già stati visualizzati nel Capitolo 1.

Fu sempre l'ONU a istituire nel 1983 la World Commission on Environment and Development (WCED), un'organizzazione parallela con lo scopo di promuovere lo sviluppo sostenibile. Questa, nel 1987 pubblicò il rapporto *Our common future*, più conosciuto come *Rapporto Brundtland*, dal nome del presidente della Commissione, il primo ministro norvegese Gro Harlem Brundtland. Il rapporto fornisce per la prima volta un chiaro concetto di “sviluppo sostenibile” ancora oggi in utilizzo, definendolo come “*quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri*”⁹: pone quindi anch'esso l'accento sulla necessità di preservare le risorse naturali per permettere alle generazioni successive di goderne.

Nel 1992 si tenne invece la prima conferenza mondiale dei capi di stato su ambiente e sviluppo a Rio de Janeiro, ribattezzata successivamente come “Summit della Terra”, nonostante il suo nome ufficiale sia “United Nation Conference on Environment and Development” (UNCED). Vi parteciparono 172 paesi, affrontando altre tematiche socio-economiche, come la povertà e il divario tra Nord e Sud del mondo, ma soprattutto ambientali.

Con la Conferenza di Rio avvenne un cambio concettuale da “sviluppo sostenibile” a “sostenibilità nello sviluppo”: la differenza poggia nel primo caso sul primato dell'economia sull'ambiente (approccio *antropocentrico*), nel secondo invece la tutela ambientale si inserisce direttamente nel modello economico (approccio *biocentrico*). Questa distinzione poggia a sua volta sui rispettivi concetti di *sostenibilità debole* e *sostenibilità forte*: secondo la prima, il capitale naturale non deve necessariamente essere preservato, in quanto perfettamente sostituibile con il capitale artificiale: significa, cioè, che se alle generazioni future verrà consegnato uno stock inferiore di capitale naturale (foreste, prati, ecc.), non vi sarà per loro un'effettiva perdita finché verrà loro consegnato uno stock maggiore di capitale artificiale (come le infrastrutture); per la seconda, più giudiziosa, le due forme di capitale non sono in alcun modo sostituibili, soprattutto perché alcuni elementi del capitale naturale sono indispensabili per la sopravvivenza sulla Terra, mentre altri elementi (come pace, spazio e paesaggio) sono necessari al benessere umano.

Al termine della Conferenza vennero emessi una Dichiarazione e quattro trattati internazionali: di questi, due erano giuridicamente non vincolanti, cioè la Dichiarazione dei principi per la gestione

⁹Rapporto Brundtland, 1987

sostenibile delle foreste e l'Agenda 21; i due giuridicamente vincolanti sono invece la Convenzione quadro sui cambiamenti climatici e la Convenzione sulla diversità biologica.

La Dichiarazione di Rio su ambiente e sviluppo stila in 27 principi diritti e doveri delle nazioni per combattere la povertà e promuovere lo sviluppo sostenibile, modificando i comportamenti non sostenibili e prevedendo un ampio coinvolgimento della popolazione nelle politiche mirate a tali scopi. Purtroppo non produsse gli esiti sperati, mantenendo anch'essa un carattere non vincolante. La seconda Dichiarazione, come il nome stesso suggerisce, definisce i principi per la tutela delle patrimonio forestale, ma la sua attuazione venne complicata dagli interessi contrastanti fra Paesi sviluppati e Paesi in via di sviluppo, che non ottennero gli aiuti auspicati per l'attuazione di tali principi.

La Convenzione sulla diversità biologica raccomanda che questa venga protetta e che non si verifichino altre preziose perdite; la Convenzione quadro sui Cambiamenti Climatici (UNFCCC) si concentra invece sull'emissione dei gas serra, che devono essere opportunamente contenuti per ridurre l'impatto sul clima: questa, insieme al Pannello Intergovernativo sul Cambiamento Climatico (IPCC) del 1988, getta le basi per il più importante Protocollo di Kyoto, adottato nel 1997.

Un documento particolarmente rilevante emerso dalla Conferenza, pur non essendo vincolante a livello giuridico, è l'Agenda 21. Il nome fa riferimento al XXI secolo, preso come termine entro il quale gli obiettivi prefissati avrebbero dovuto essere raggiunti: si compone in 40 capitoli, ripartiti in 4 sezioni: dimensioni economiche e sociali, conservazione e gestione delle risorse, rafforzamento del ruolo dei gruppi sociali e strumenti di esecuzione.

Tra i suoi concetti fondamentali, essa propone un'integrazione degli aspetti economici, ambientali e sociali, ma soprattutto responsabilità condivisa, riconoscendo il ruolo fondamentale delle comunità locali nella messa in pratica di tali principi: ciò viene in particolar modo ribadito nell'articolo 28 "Iniziativa delle amministrazioni locali di supporto all'Agenda 21", che promuove il dialogo tra le amministrazioni locali, cui si suggerisce di adottare un'Agenda 21 locale, e tutti gli stakeholder, ossia cittadini, organizzazioni e imprese private¹⁰.

Ricordiamo inoltre che, oltre ai cinque documenti, al termine della Conferenza di Rio venne istituita la UN Commission on Social Development (UNCSD), il cui scopo era l'implementazione degli impegni presi nel Summit della Terra.

L'Agenda 21 fu poi ripresa e rivalutata nel "Summit della mondiale sullo sviluppo sostenibile" (World Summit on Sustainable Development o WSSD) di Johannesburg del 2002, anche noto come "Rio+10": fu un'occasione per fare un bilancio rispetto agli obiettivi sottoscritti durante i Vertici di

¹⁰www.mase.gov.it

Rio e di Stoccolma e trasformarli in azioni più concrete, con la finale adozione della Dichiarazione di Johannesburg e del Vertice mondiale per uno sviluppo sostenibile, o Johannesburg Plan of Implementation (JPOI).

2.2. Il turismo sostenibile

La definizione di “turismo sostenibile” fornita dall’UNWTO nel 1988 recita quanto segue:

“Turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali presenti e futuri, rispondendo alle necessità dei visitatori, dell’industria, dell’ambiente e delle comunità ospitanti”.¹¹

Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, la sostenibilità turistica non si configura in una specifica tipologia di turismo, ma è bensì applicabile a tutte le sue forme, incluso quello di massa: ciò che conta è il bilanciamento dei suoi impatti sulle dimensioni di economia, ambiente e società, assicurando benefici che durino nel tempo.

Lo sviluppo sostenibile del turismo coinvolge tutti gli stakeholder e ha quindi bisogno di una buona leadership istituzionale: si tratta di un processo di continuo monitoraggio e miglioramento, che si traduce in un vantaggio a lungo termine tanto per le comunità locali quanto per i turisti.

Fu negli anni ‘80 che il concetto di “turismo sostenibile iniziò a prendere forma: la Dichiarazione di Manila sul turismo mondiale (1980), infatti, raccomanda che la soddisfazione della domanda turistica non vada a discapito della popolazione residente e dell’ambiente, finendo per distruggere le stesse attrattive turistiche. La preoccupazione riguardante i danni provocabili dal turismo è presente anche nel rapporto Brundtland, che definisce “sostenibili” le pratiche turistiche quando possano mantenersi inalterate nel tempo, siano rispettose verso l’ambiente e non ostacolino lo sviluppo di altre attività economiche (Rapporto Brundtland, 1987).

Tuttavia, la vera e propria promozione del turismo sostenibile si consolidò nel decennio successivo, dapprima con l’Agenda 21 della Conferenza di Rio de Janeiro, ma soprattutto nel 1995, quando l’OMT organizzò la I Conferenza mondiale sul turismo sostenibile a Lanzarote, nelle isole Canarie in Spagna: al suo termine venne approvata la “Carta per il turismo sostenibile”, poi conosciuta come “Carta di Lanzarote”.

Nella Carta di Lanzarote, i partecipanti riconoscono l’ambivalenza del fenomeno turistico, settore di entità globale con un ruolo propulsivo nell’economia internazionale, ma allo stesso tempo in grado di generare notevoli impatti negativi a livello socio-culturale e ambientale; si dichiarano inoltre

¹¹www.unwto.org, traduzione dell’autrice

prosecutori delle politiche delineate dalla Conferenza di Rio e l'Agenda 21, e pertanto raccomandano una corretta gestione dell'attività turistica, che vede la partecipazione di tutti gli attori, a partire dalle comunità locali. Non mancano di sottolineare, infine, che è ormai la stessa domanda turistica a prestare attenzione alla qualità ambientale.

Nel 1996 il WTTC, dopo aver approvato il *Green Globe*¹² nel 1994, adottò l'*Agenda 21 per il settore dei viaggi e del turismo*, documento atto a promuovere programmi d'azione per l'educazione alla sostenibilità nel settore turistico, e che, cosa più importante, riconosce al turismo la capacità di migliorare l'economia e l'ambiente delle singole realtà territoriali; nello stesso anno, il BITS (Bureau International du Tourisme Social) approvò la Dichiarazione di Montreal, la quale sottolinea il carattere umanistico del turismo, individuato come un vero e proprio motore sociale ed economico.

L'anno successivo ebbero luogo due importanti vertici: la I Conferenza internazionale dei Ministri dell'ambiente su biodiversità e turismo di Berlino, che alla fine delle sedute firmarono l'omonima Dichiarazione: questa, partendo dal presupposto che il paesaggio e un ambiente sano sono alla base di un turismo durevole, raccomanda l'adozione del principio di precauzione per non recare danno alla diversità biologica; la I Conferenza internazionale su Turismo e sviluppo sostenibile nel Mediterraneo a Calvià nelle isole Baleari, con la conseguente approvazione della Carta di Calvià, che suggerisce misure per la gestione delle risorse idriche, dei rifiuti e il rispetto delle comunità locali.

Il 1999 fu l'anno del *Global Code of Ethics for Tourism*, un codice di soft law redatto dall'OMT che nel lungo preambolo, oltre a definire il turismo e la libertà di spostamento come un diritto umano, esprime la volontà di “*promuovere un sistema turistico mondiale, equo, responsabile e sostenibile, i cui benefici siano condivisi da tutti i settori della società, nel contesto di un'economia internazionale aperta e liberalizzata*”¹³.

Nel 2001 avvenne invece la II Conferenza internazionale sul turismo sostenibile con sede a Rimini, in Italia, la cui Carta per il Turismo sostenibile si concentra sull'impegno da portare avanti negli anni a venire nelle località colpite dal turismo di massa. Si rivolge soprattutto ai Paesi del Mediterraneo, che sprona ad abbracciare pratiche turistiche più innovative e a promuovere certificazioni ambientali.

L'anno 2002 segnò un ulteriore passo avanti nell'evoluzione del turismo sostenibile, e venne infatti ribattezzato “Anno internazionale dell'ecoturismo”, in riferimento al Summit mondiale sull'ecoturismo organizzato dall'OMT e l'UNEP a Québec: la Dichiarazione che ne emerse, esaltava l'importante ruolo del turismo nell'attivare politiche di sostenibilità; l'ecoturismo in

¹²Programma dedicato alla promozione delle certificazioni di qualità delle strutture ricettive secondo le norme ISO

¹³Codice mondiale di Etica del Turismo, UNWTO, 1999

particolare, si rivelava secondo la Dichiarazione, una pratica attenta e rispettosa capace di generare benefici economici, sociali e ambientali, oltre a fornire un contributo diretto alla conservazione degli ecosistemi.

Arriviamo dunque al 2007, anno del quinto Forum Internazionale per Parlamentari e Autorità Locali in Tunisia: dopo aver analizzato fattori chiave e modalità con cui il turismo influenza politiche nazionali e locali, i rappresentanti di 95 Paesi sottoscrissero la Dichiarazione di Hammamet, ulteriore tassello nella programmazione del turismo sostenibile.

Tra i tanti importanti documenti, non possiamo non citare *Making Tourism more sustainable*, pubblicazione del 2005 a cura dell'UNEP e dell'OMT: gli interlocutori sono i policy maker, che devono essere stimolati ad adottare misure di sostenibilità, ribadendo ancora una volta il concetto che essa è applicabile a qualsiasi forma di turismo e destinazione. Il documento individua 12 obiettivi da raggiungere relativi ai tre ambiti della sostenibilità:

- Economico: efficienza economica, prosperità locale, qualità dell'occupazione, controllo locale;
- Ambientale: biodiversità, efficienza nell'uso delle risorse, integrità fisica, qualità dell'ambiente;
- Sociale: equità sociale, ricchezza culturale, soddisfazione dei visitatori, benessere sociale¹⁴.

Ricordiamo, infine, la proclamazione del 2017 come “Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo” da parte dell'ONU.

2.3. Il turismo sostenibile nell'Unione Europea

2.3.1. L'affermazione del concetto nell'Unione Europea

Anche in Europa il turismo sostenibile iniziò a inserirsi nelle politiche europee negli anni '80, ma si affermò ufficialmente solo qualche anno più tardi con la proclamazione del 1990 come “Anno europeo del turismo”: prima di allora il turismo era più che altro considerato un corollario ad altre attività produttive, mentre adesso, anche a causa della globalizzazione e della sempre maggiore concorrenza dei mercati asiatici che mettevano in crisi l'industria europea, ne veniva riconosciuto il valore fondamentale allo sviluppo economico.

¹⁴Making Tourism more sustainable, UNWTO e UNEP, 2005

Seguendo la linea della Carta di Lanzarote e la Convenzione di Berlino, le prime iniziative di sostenibilità furono condotte dalla Federation of Nature and Natural Parks of Europe (FNNPE)¹⁵, culminate con la firma della “Carta europea del turismo durevole e delle aree protette” nel 1999 a Postfach; nel 2003, con la pubblicazione della *Basic Orientation for the Sustainability of European Tourism* la Commissione europea esaltava il ruolo del turismo sostenibile per la competitività delle imprese e l’occupazione, mentre nel 2004 creava il Tourism Sustainability Group (TSG), un team di esperti e ricercatori col compito di tracciare il destino del turismo europeo verso la sostenibilità. Ma il vero passo avanti si ebbe col programma della strategia europea per lo sviluppo sostenibile 2005-2010, tra i cui obiettivi principali fu inserito lo sviluppo turistico sostenibile: i tre principi-chiave furono individuati nella prosperità economica, l’equità e la coesione sociale e la protezione di ambiente e cultura, realizzabili solo attraverso un approccio sistemico e una pianificazione a lungo termine coerenti con le caratteristiche geografiche, economiche e ambientali di ciascuna realtà territoriale locale.

Infine, una svolta significativa si ebbe nel 2007 con la pubblicazione del Rapporto del TSG: fondato sulla consapevolezza che il turismo instaura con l’ambiente e la società una relazione molto più diretta rispetto ad altre attività economiche, esso identifica 8 sfide relative al settore turistico:

- 1) ridimensionare la stagionalità della domanda;
- 2) ridurre l’impatto dei trasporti;
- 3) migliorare la qualità dell’occupazione;
- 4) aumentare prosperità e qualità delle comunità locali anche davanti ai cambiamenti;
- 5) ridimensionare l’uso delle risorse e la produzione dei rifiuti;
- 6) conservare e valorizzare il patrimonio naturale e culturale;
- 7) rendere le vacanze accessibili a tutti;
- 8) trasformare il turismo in uno strumento per lo sviluppo globale sostenibile.

Le stesse sfide divennero gli obiettivi da raggiungere segnalati dall’ “Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo”, emanata durante il VI Forum europeo del turismo sulla “Gestione sostenibile delle destinazioni turistiche”, tenutosi sempre nel 2007 a Portimão, in Portogallo. Il dibattito ha messo al centro questioni riguardanti la gestione dell’attività turistica dal punto di vista locale e imprenditoriale, trattando argomenti come: a) la gestione e conservazione del patrimonio ambientale e culturale; b) la gestione delle risorse e dei rifiuti, le destinazioni turistiche possono ridurre gli sprechi e indirizzare i turisti verso comportamenti più ecosostenibili; c) una maggiore responsabilità delle imprese verso competitività e occupazione.

¹⁵Anche denominata EUROPARC Federation, è un’organizzazione indipendente che collabora con parchi nazionali europei al fine di migliorarne la protezione.

2.3.2. Le certificazioni ambientali

Tra le iniziative per lo sviluppo sostenibile adottate dall'UE, a partire dal 1973 erano stati lanciati i “programmi di azione comunitaria per l'ambiente” (PAA): di questi, il Quinto era intitolato “Per uno sviluppo durevole e sostenibile” (1992-2000) e faceva per la prima volta del turismo uno dei settori chiave per implementare una strategia mirata allo sviluppo sostenibile del territorio: ciò è stato reso possibile attraverso gli strumenti di certificazione ambientale.

Una buona gestione ambientale diviene strumento di competitività, motivo per cui è necessario per le imprese adottare un apposito sistema di gestione ambientale per accertare i requisiti minimi imposti dalla normativa comunitaria.

I più importanti sistemi di certificazione ambientale che prevedono un Sistema di Gestione (SGA) sono la norma ISO¹⁶ 14001 e il regolamento EMAS, che hanno come obiettivo il continuo miglioramento della qualità ambientale basato sul Ciclo di Deming P-D-C-A (*Plan-Do-Check-Action*¹⁷).

Tra le norme della serie ISO 14000, specifiche per la gestione ambientale, spicca la norma UNI EN ISO 14001 “*Sistemi di gestione ambientale – Guida per l'uso*” (1996): a carattere internazionale e volontario, elenca i requisiti del sistema di gestione e viene rilasciata da un organismo indipendente che gode di credibilità e affidabilità: essa può inoltre divenire il primo *step* per ottenere la Registrazione EMAS.

La Registrazione EMAS, acronimo di *Environmental Management and Audit Scheme*, è considerata come il massimo traguardo di riconoscimento ambientale su base volontaria raggiungibile da un'organizzazione. L'ultimo regolamento (CE) n. 1221/2009 adottato dal Parlamento Europeo e dal Consiglio è entrato in vigore nel 2010.

Al fine di ottenere la registrazione, le organizzazioni devono sottoscrivere una dichiarazione ambientale dove elencano obiettivi prefissati e metodi di esecuzione per il continuo miglioramento del processo. La registrazione viene poi effettuata dal Comitato EcoLabel – EcoAudit col supporto di ISPRA¹⁸, delle ARPA¹⁹ e di un organo di registrazione accreditato per predisporre la dichiarazione ambientale ed elaborare un SGA.

¹⁶International Organization for Standardization: le sue raccomandazioni hanno valenza internazionale.

¹⁷*Plan*: definizione degli obiettivi da raggiungere e i processi per la loro esecuzione; *Do*: fase dell'esecuzione; *Check*: controllo e misurazione dei processi adottati; *Action*: azioni da intraprendere per correggere gli errori e migliorare il processo.

¹⁸Istituto Superiore per la Ricerca Ambientale

¹⁹Agenzia Regionale Protezione Ambientale

Infine, con l'innovativo regolamento “*EMAS III*” è stato reso possibile per le organizzazioni situate sia dentro che fuori dai confini dell'Unione Europea registrare i propri siti con un'unica procedura di registrazione.

Un altro strumento di certificazione ambientale è rappresentato dal marchio di qualità ecologica Ecolabel, valido in tutta l'Unione Europea. Sistemi di ecolabelling previsti per le attività turistiche esistevano già dagli anni '70, ma erano applicabili solo a livello nazionale: visto il carattere internazionale dell'attività turistica, si ritenne allora opportuno creare un marchio che potesse essere applicato a tutto il territorio europeo.

Per capire meglio di che cosa si tratta, è innanzitutto necessario specificare che i sistemi di etichettatura possono essere obbligatori (come quelli di avvertenza per le sostanze tossiche) o volontari, i quali vengono applicati su richiesta del produttore una volta verificata la presenza dei requisiti necessari.

La categoria delle etichette ecologiche volontarie risponde alle norme internazionali della serie ISO 14020:1999, che a loro volta si suddividono in tre sottocategorie:

- Tipo I, rispondente alla norma ISO 14024:1999: si configura proprio con l'Ecolabel dell'UE, che viene rilasciata da un soggetto terzo, a dimostrazione del fatto che l'impresa rispetta l'ambiente durante tutte le fasi del suo ciclo di vita. È inoltre un'etichetta B2C²⁰, rivolta quindi al cliente finale;
- Tipo II, rispondenti alla ISO 14021:2002, sono etichette che prevedono delle auto-dichiarazioni ambientali e possono essere sia B2B che B2C;
- Tipo III, o dichiarazioni ambientali di prodotto (EPD), rispondenti alla ISO 14025:2000.

L'Ecolabel è stato istituito col Regolamento CEE n. 880/92 e successivamente revisionato coi Regolamenti CEE n. 1980/2000 e n. 66/2010. È applicabile a tutti i beni e servizi, ma l'unica tipologia di servizi che vi ha aderito è quella della ricettività turistica: la loro normativa di riferimento è Ecolabel dell'UE per il servizio di ricettività turistica, Decisione della Commissione (2009/578/CE), ma esiste anche Ecolabel dell'UE per il servizio di campeggio, Decisione della Commissione (2009/564/CE).

L'Ecolabel UE è un valido strumento sia dal lato della domanda che dell'offerta turistica, in quanto garantisce al cliente di usufruire di un servizio rispettoso e a basso impatto ambientale, e permette all'impresa di trarre profitto grazie a una maggiore competitività sul mercato e una riduzione dei costi.

²⁰ Acronimo di “Business-to-Consumer”, è cioè lo standard rivolto dall'azienda verso il cliente finale, a differenza del B2B (Business-to-Business), che invece indica lo standard rivolto da un'azienda verso altre aziende coinvolte nella produzione

Il marchio si compone di 90 criteri ecologici per la ricettività turistica, 29 dei quali obbligatori, e 61 facoltativi: essi mirano a limitare gli impatti ambientali legati alle fasi del ciclo di vita del servizio, ossia acquisto, erogazione del servizio e produzione di rifiuti; nel valutare la conformità ai criteri, gli organismi competenti devono inoltre tener conto dell'applicazione dei sistemi EMAS o ISO 14001.

La procedura di assegnazione dell'Ecolabel è composta da tre fasi:

1. *Preparazione*: la struttura ricettiva verifica se il proprio servizio risponde ai criteri prestabiliti. Prepara quindi un fascicolo per richiedere l'assegnazione in cui descrive l'idoneità dei propri servizi e l'uso che intende fare del marchio;
2. *Richiesta ed esame*: il fascicolo viene inviato all'organismo competente, il Comitato Ecolabel-Ecoaudit: questi, entro un termine di 60 giorni, trasmette la documentazione all'ISPRA, il suo ufficio tecnico; ottenuto il consenso dell'ISPRA, il comitato concede il marchio.

Può accadere che la documentazione presentata non sia ritenuta sufficiente, motivo per cui l'iter viene sospeso fino a quando non vengano effettuate le integrazioni mancanti; se invece il richiedente decide di ritirare la domanda, non vedrà restituita la quota versata per l'esame.

3. *Assegnazione*: la licenza viene assegnata dal Comitato assieme a un numero a 3 campi: il primo rappresenta lo Stato membro (IT per l'Italia), il secondo il codice del gruppo prodotti (25 per l'attività turistica) e il terzo il numero di licenza specifico per quel determinato gruppo.

Se i criteri per l'assegnazione subiscono modifiche nel corso del tempo, il rinnovo del contratto avviene tramite un iter semplificato; se invece i termini di contratto non vengono rispettati, il Comitato può sospendere la licenza per l'utilizzo del marchio Ecolabel.

2.4. Il turismo sostenibile e l'Agenda ONU 2030:

“È la prima volta che i leader mondiali si impegnano in uno sforzo e in un'azione comune attraverso un'agenda politica così vasta e universale”²¹.

(Onu, Agenda 2030)

²¹Citato in asvis.it

Nel settembre 2015, 193 Paesi delle Nazioni Unite compirono un ulteriore passo avanti verso la sostenibilità adottando l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, definita come “un piano d'azione per le persone, il Pianeta e la prosperità”²² volto a gettare le basi per un futuro migliore.

I 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals, o SDGs) che i Paesi si impegnano a realizzare entro il 2030 sono articolati sulla base di cinque elementi chiave:

1. Persone: combattere fame e povertà per garantire a tutti una vita dignitosa;
2. Prosperità: floridezza economica rispettosa dell'ambiente;
3. Pace: promuovere società pacifiche e democratiche;
4. Partnership: necessariamente solide per una buona riuscita dell'Agenda;
5. Pianeta: mettere al centro la salvaguardia di natura e clima.

La grande novità risiede nel fatto che la sostenibilità non viene più concepita in senso strettamente ambientale, ma vengono considerate anche le dimensioni economica e sociale secondo una visione integrata. Tracciando il sentiero verso il raggiungimento di tali obiettivi, viene richiesta la partecipazione di tutti i Paesi, senza più distinguere tra Paesi sviluppati, emergenti o in via di sviluppo; inoltre, viene chiesto ai Paesi di coinvolgere tutti gli stakeholder della società, dalla popolazione alle imprese, le università e i centri di ricerca: lo sviluppo sostenibile, in sintesi, è un dovere di tutti, poiché è nell'interesse di tutti.

Ma come si inserisce il turismo sostenibile all'interno di questi 17 obiettivi?

L'UNWTO riconosce l'alto potenziale del turismo nel sostenere il loro conseguimento, soprattutto per quanto riguarda gli obiettivi 8, 12 e 14; ci illustra quindi il contributo che lo sviluppo turistico sostenibile può fornire a ciascun SDG:

1. **POVERTÀ ZERO:** essendo una delle maggiori e più dinamiche attività economiche al mondo, il turismo può combattere la povertà stimolando l'imprenditoria e creando posti di lavoro specialmente per i gruppi sociali più svantaggiati, come donne e giovani;
2. **FAME ZERO:** la promozione della produzione agricola locale e dell'agriturismo, segmento in forte crescita, possono rappresentare una fonte di reddito per le popolazioni locali e un incentivo verso un settore agricolo più robusto;
3. **SALUTE E BENESSERE:** i proventi derivanti dal turismo possono essere reinvestiti nel servizio sanitario, mirando soprattutto a migliorare la salute materna e ridurre la mortalità infantile;
4. **QUALITÀ DELL'ISTRUZIONE:** il settore ha il potere di incentivare l'istruzione, la formazione professionale e la mobilità del lavoro, ma soprattutto di promuovere valori come

²²ibidem

- la pace e la tolleranza, di cui dovrebbero beneficiare in particolar modo donne, giovani, anziani, indigeni e persone con necessità specifiche;
5. UGUAGLIANZA DI GENERE: essendo uno dei settori con la percentuale maggiore di donne lavoratrici e imprenditrici, il turismo contribuisce alla parità di genere attraverso l'indipendenza economica;
 6. ACQUA POTABILE E IGIENE: opportune misure di sicurezza e una buona gestione dell'acqua e dell'inquinamento sono incentivate dal turismo con l'obiettivo di risparmiare valide risorse;
 7. ENERGIA PULITA A BUON MERCATO: il turismo è un settore che richiede elevati apporti di energia, e può perciò stimolare l'investimento verso forme di energia rinnovabile e ridurre l'emissione di gas serra e il conseguente impatto su clima e ambiente anche in aree remote;
 8. BUONA OCCUPAZIONE E CRESCITA ECONOMICA: il turismo genera globalmente 1 posto di lavoro su 11, creando opportunità per lo sviluppo delle competenze professionali;
 9. INDUSTRIA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE: poiché il turismo si appoggia su infrastrutture, industria e beni pubblici, può essere uno stimolo per i governi a investire sul loro miglioramento e la sostenibilità per attrarre turisti e capitali stranieri, favorendo l'innovazione e la crescita;
 10. RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE: il turismo può contribuire allo sviluppo urbano, regionale e delle comunità residenti; soprattutto, rappresenta un mezzo per i paesi in via di sviluppo per divenire parte integrante dell'economia globale;
 11. CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI: se è vero che il turismo dipende dalle infrastrutture urbane e dal patrimonio naturale e culturale, allora può essere un incentivo a migliorare e recuperare tali risorse secondo un'ottica *green* e *smart*, favorendo anche una maggiore accessibilità;
 12. PRODUZIONE E CONSUMO RESPONSABILI: in tal proposito, si ricorda il *Sustainable Tourism Programme (STP)* del *10-Year Framework of Programmes on Sustainable Consumption and Production Patterns (10YFP)*²³, mirato a promuovere pratiche sostenibili, come le iniziative per un efficiente impiego delle risorse;
 13. AZIONE CLIMATICA: visto l'impatto che produce sul clima, il turismo assume un ruolo leader verso la riduzione del consumo energetico e l'adozione di fonti rinnovabili, tanto nei trasporti quanto nelle strutture ricettive;

²³Programma adottato dopo la Conferenza sullo Sviluppo Sostenibile del 2012 (Rio+20) e basato sull'idea che uno sviluppo sostenibile a lungo termine non possa prescindere da un radicale cambio nei nostri schemi di produzione e consumo.

14. VITA SOTT'ACQUA: ciò riguarda soprattutto i Piccoli Stati Insulari in via di Sviluppo: il turismo deve supportare la gestione delle zone costiere nella conservazione dei fragili ecosistemi marini;
15. VITA SULLA TERRA: il turismo sostenibile gioca un ruolo chiave nella tutela della biodiversità, la riduzione degli sprechi e le attività di sensibilizzazione;
16. PACE E GIUSTIZIA: se la reciproca comprensione e tolleranza sono alla base di una società pacifica, allora il turismo può apportare un grande contributo dal momento che mette in contatto miliardi di persone appartenenti a culture diverse;
17. COOPERAZIONE PER GLI OBIETTIVI: grazie alla sua natura intersettoriale, il turismo rafforza la collaborazione pubblica e privata e coinvolge numerosi stakeholders sia a livello internazionale che locale per raggiungere gli obiettivi comuni.

2.5. Sfide del terzo decennio: verso un'ottica di sostenibilità turistica

Il XXI secolo si è presentato fin dall'inizio irto di sfide di portata globale, e il terzo decennio ne ha decisamente "seguito le orme": in soli tre anni abbiamo assistito allo scoppio di una pandemia e di un conflitto alle porte dell'Europa, con le conseguenze sulla crisi energetica che tutti conosciamo. Come si è riflettuto tutto ciò sul settore del turismo? Queste sfide hanno avuto solo un impatto negativo o possono invece rappresentare un incentivo verso una maggiore sostenibilità? Questi quesiti e il cambiamento della domanda turistica nei confronti delle pratiche sostenibili saranno l'oggetto del presente paragrafo.

2.5.1. La lezione del Covid-19

La pandemia da Covid-19 è stata indubbiamente uno degli eventi più sconvolgenti dell'ultimo secolo: ha stravolto le nostre vite relegandoci per mesi in quarantena e costringendoci al distanziamento sociale, ma soprattutto ha colpito duramente l'economia a causa dei ripetuti lockdown adottati come misura di contrasto alla diffusione del contagio.

Il turismo è risultato esserne uno dei settori più duramente colpiti, non solo perché, come accennato, le misure preventive hanno limitato -o, come in alcuni periodi, completamente azzerato- gli spostamenti per oltre due anni, ma anche per la minore disponibilità economica e, soprattutto, per la paura di venire contagiati da un virus potenzialmente letale. Secondo l'International Monetary Fund

(IFM) e l'UNWTO, gli arrivi turistici sarebbero crollati del 72% nel 2020, per una perdita stimata fino a -2,1 trilioni di US\$ nel biennio 2020-21 e 100 milioni di posti di lavoro a rischio: i più compromessi sarebbero stati i cosiddetti SIDS²⁴, LDCs²⁵ e gli stati africani, le cui economie dipendevano dal turismo fino all'80%.

Tuttavia, nonostante questi dati fortemente negativi, sono emersi alcuni aspetti positivi impossibili da trascurare, non soltanto riguardanti le minori emissioni di CO₂ dovute alla drastica riduzione dei viaggi o il ripopolamento della fauna selvatica, ma anche rispetto all'emergere di tendenze di viaggio più sostenibili. A confermarlo è anche la piattaforma booking.com, prendendo a campione 30mila utenti distribuiti in 30 paesi, e lanciando lo scorso novembre il "badge per i viaggi sostenibili", un'iniziativa rivolta alle strutture turistiche che abbiano raggiunto lo standard di sostenibilità.

La prima tendenza rilevata nel turismo post-pandemico è che i viaggiatori sembrano preferire permanenze più lunghe: secondo uno studio realizzato da GlobalData, se nel 2019 la permanenza media era di 4,45 giorni per il turismo domestico e di 9,22 per quello internazionale, nel 2021 il 26% degli intervistati avrebbe dichiarato di preferire soggiorni superiori alle 10 notti e il 28% tra le 4 e le 6 notti. Tale tendenza sarebbe dovuta al bisogno di evasione dopo il confinamento e alle ristrettezze economiche dei viaggiatori, che vedrebbero nel soggiorno prolungato un buon compromesso, visto che il prezzo medio per notte tende ad abbassarsi all'allungarsi della permanenza. Non solo, a contribuire è anche la crescita del "turismo ibrido", ossia una nuova combinazione fra la vacanza e la possibilità di lavorare e studiare da remoto: sempre più persone, quindi, scelgono di svolgere l'attività lavorativa direttamente dal luogo in cui trascorrono le vacanze, in cui possono soggiornare più a lungo necessitando solamente di una buona connessione internet. Un buon esempio di questo è fornito dal Day Pass Marriott, una formula lanciata dalla catena alberghiera che permette di trasformare la stanza dell'hotel in una sorta di ufficio adatto allo smart working, oltre ad altri servizi come la disposizione di spazi meeting o la supervisione dei minori.

A proposito di digitale, non si può non menzionare il nuovo trend del *neverending tourism*, esordito sempre in seguito alla pandemia e alla necessità di diffondere la digitalizzazione sempre al fine di contrastare il contagio; il termine, coniato dall'Osservatorio Travel Innovation del Politecnico di Milano, si riferisce alla possibilità di estendere l'esperienza turistica prima e dopo il viaggio grazie ai contenuti messi a disposizione online: in Italia, nel 2020 il 42% delle strutture ricettive ha proposto l'acquisto di prodotti locali via E-Commerce, mentre l'80% dei musei e monumenti ha permesso di accedere a tour guidati o workshop divulgativi da remoto.

²⁴Small Islands Developing Countries, o Paesi Insulari in via di Sviluppo

²⁵Least Developed Countries, o Paesi Meno Avanzati (PMA)

Tornando alla permanenza lunga, essa si rivela una pratica più sostenibile, come sostiene il National Institute of Health (NIH): essa infatti permette al turista, a differenza del turismo “mordi e fuggi”, di entrare maggiormente a contatto con le comunità e le imprese locali, ma anche di visitare attrazioni secondarie, apportando benefici economici soprattutto ai residenti.

Un'altra preferenza emersa durante la pandemia è quella relativa al turismo di prossimità: questa tendenza è certamente frutto della chiusura delle frontiere nazionali, ma anche del timore legato alla possibilità di ammalarsi in un paese straniero, di cui magari non si conosce la lingua o il cui sistema sanitario non è efficiente come quello del Paese d'origine; o ancora, del timore di rimanere bloccati in terra straniera a causa della possibile cancellazione dei voli, come avvenuto durante la prima ondata della pandemia nel marzo 2020.

Tutto ciò è importante dal punto di vista della sostenibilità, in quanto l'aeroplano è il mezzo più utilizzato nei viaggi internazionali, ed esso è anche, come visto nel Cap.1, il mezzo di trasporto più inquinante: un rapporto dell'Agenzia europea dell'ambiente (AEA) del 2013 (che quindi non include le auto di recente produzione o gli aerei più aggiornati, entrambi meno contaminanti) rivela che il trasporto su gomma non supera i 72g di CO₂ per passeggero a chilometro percorso, il treno solo 14, contro i 285 emessi dal trasporto aereo.

Un'altra importante tendenza di viaggio ha riguardato invece la scoperta di nuovi luoghi e modelli turistici, tutti all'insegna della sostenibilità: l'Osservatorio del turismo outdoor, uno dei settori più in crescita dopo la pandemia, prevedeva per l'estate 2022 fino a 48 milioni di presenze per l'*open air* italiano, con un aumento fino all'8% rispetto al 2021: tra questi, il 54% era composto da italiani, a riconferma che il viaggiatore ora preferisce un turismo di prossimità; un crescente interesse si è manifestato verso lo *slow tourism* e il turismo dei borghi, alla scoperta delle tradizioni enogastronomiche, storiche e artigianali locali, prediligendo il consumo di prodotti a chilometro zero e l'utilizzo di mezzi a basso impatto ambientale.

Inoltre, il 50% dei turisti in Italia appartiene alle generazioni Y e Z, cioè i nati tra l'inizio degli anni '80 e i primi anni 2000: sono tutti cresciuti nell'era digitale e del cambiamento climatico, infatti il 94% di loro si dichiara attento alle opzioni di viaggio sostenibili e il 40% preferisce mete meno popolari; soprattutto, la loro domanda di viaggio non è più basata sul “dove”, ma sul “perché”: in altre parole, questi nuovi turisti non sono più attratti da una meta per la semplice attività del *sightseeing*, ma a spingerli è la motivazione del viaggio, che arriva ad abbracciare sempre più una sfera esperienziale.

Un turismo all'aria aperta si rivela decisamente più adatto a uno scenario post-pandemico, in cui il viaggiatore avverte la necessità di ricercare grandi spazi incontaminati per evadere mentalmente e fisicamente dai lunghi mesi di confinamento, ma anche per evitare luoghi affollati a maggiore rischio di contagio, un monito che difficilmente dimenticheremo negli anni a venire.

2.5.2. La crisi energetica 2021-23

La crisi energetica globale aveva messo radici già nell'autunno del 2021 come conseguenza della pandemia, con un aumento della domanda e quindi dei prezzi nei mercati elettrico, petrolifero e del gas; la vera impennata sarebbe avvenuta però alcuni mesi più tardi dopo l'invasione russa dell'Ucraina nel febbraio 2022, quando il prezzo del gas e dell'elettricità avrebbe raggiunto picchi da record e quello del petrolio il massimo più alto dalla crisi del 2008.

Questo ha rappresentato un'ulteriore batosta per il settore turistico, che tentava una timida ripresa dopo due anni di pandemia: a farne le spese sono stati soprattutto l'Europa settentrionale e il Canada, dove in inverno le temperature calano drasticamente e la stagione fredda dura molto più a lungo. Le strutture ricettive sono state duramente colpite dalla crisi energetica, a causa dei sistemi energivori fornitori di riscaldamento, climatizzazione e servizi di lavanderia. I costi sono aumentati fino a triplicare, e nonostante gli aiuti disposti dai governi nazionali, affrontare il caro energia ha richiesto l'adozione di misure anti-consumo: è certamente una situazione ostica, ma che a modo suo contribuisce a virare verso un sistema più *eco-friendly*.

Una delle soluzioni attuate dagli hotel è stato l'utilizzo del piano Industria 4.0 per installare un sistema di Risparmio Energetico (o Energy Management System, EMS) e di Gestione Camera (o Guest Room Management System, GRMS): i primi sono progettati per la gestione intelligente delle camere e per notificare all'albergatore informazioni utili: con un termostato smart, ad esempio, è possibile impostare il set point desiderato, in base al quale il riscaldamento si avvia 15 minuti in anticipo per ogni grado di differenza rilevato tra set point e temperatura ambiente; i secondi, invece, migliorano il processo operativo interno attivando/disattivando alcune funzioni in assenza dell'ospite oppure spegnendo automaticamente il climatizzatore se viene rilevata una finestra aperta. Grazie a queste tecnologie, sarebbe possibile risparmiare in bolletta fino al 40%. Il problema è che l'89% degli alberghi nel mondo non possiede strumenti così avanzati, ma come sostiene Massimiliano Cognini, Sales Manager del VDA Group, società italiana che realizza sistemi integrati di domotica e risparmio energetico per hotel smart, potrebbe essere proprio la crisi energetica ad accelerarne la diffusione.

Una misura anti-consumo universalmente adottabile è invece l'educazione dei clienti al risparmio energetico: i modi per comunicarlo sono molti, dagli avvisi sul sito web all'invio automatico di messaggi promemoria, fino al fornire gli ospiti di un *guidebook* digitale provvisto di suggerimenti per una maggiore responsabilità ambientale. Un'interessante iniziativa è stata portata avanti dalla

compagnia barcellonese Sustonica, che ha lanciato un servizio capace di informare gli ospiti in tempo reale sul loro consumo di acqua, luce e gas, incoraggiandoli a limitarne l'utilizzo.

Altre misure riguardano l'isolamento della struttura tramite finestre con vetri doppi o pareti isolate: le sole pareti possono infatti limitare la dispersione di calore o di aria fredda fino al 20%; le apparecchiature ad alta efficienza energetica, come quelle in classe A++ o con Energy Star tag, permettono di ridurre il consumo fino al 50% senza influire sulla prestazione; anche risparmiare acqua è possibile installando rubinetti a spruzzo o docce a basso flusso. Il risparmio idrico si è rivelato particolarmente rilevante nell'estate 2022, tra le più calde e secche mai registrate: rimane da chiedersi quale sia il destino della stagione 2023, dove picchi di siccità si stanno già registrando a fine inverno in tutta Europa.

Infine, un'ultima soluzione è quella di passare al fotovoltaico: si tratta certamente di un investimento notevole, ma che nel lungo periodo ricompensa la spesa versata con numerosi benefici. Inoltre nel 2022, sono stati introdotti diversi incentivi fiscali statali per adottare impianti fotovoltaici: in Italia, ad esempio, il credito d'imposta al 6% (parte del piano Transizione 4.0) è valido fino a giugno 2023 se il 20% della spesa, non superiore ai 2 milioni di euro, è stato versato entro dicembre 2022; il reverse change, con cui l'onere dell'IVA sugli impianti fotovoltaici passa dall'hotel al venditore di pannelli, non è invece soggetto a scadenze; è poi prevista la Nuova Sabatini per agevolare hotel di piccole e medie dimensioni, cui è concesso un credito di 5 anni purché la spesa sia compresa fra i 20.000 e i 4 milioni di euro; infine, il Decreto FER1 è un'agevolazione destinata agli hotel che intendono sostituire una copertura in eternit o amianto con un impianto fotovoltaico di minimo 20kW e massimo 1MW.

2.5.3. Qual è l'atteggiamento dei turisti italiani nei confronti della sostenibilità?

Per rispondere a questa domanda ci avvaliamo di un'analisi condotta da Deloitte e AICEO: Deloitte Touche Tohmatsu è una società multinazionale leader nei servizi professionali offerti alle aziende e fa parte delle *Big Four*, insieme a PricewaterhouseCoopers, EY e KPMG; AICEO (Associazione Italiana dei CEO) è invece un'azienda italiana senza scopo di lucro il cui compito è di promuovere lo scambio di idee, soluzioni e visioni sul futuro dei soci²⁶: al suo interno è stato istituito un workshop per l'Hospitality.

Nel 2021 esse le due aziende avevano già condotto uno studio chiamato "Il bello e buon per l'Italia", dove la sostenibilità appariva già come un pilastro fondamentale dello sviluppo turistico: in

²⁶www.aiceo.it

seguito alla pandemia e della crisi energetica, la necessità di tradurre la nuova sensibilità ambientale in azioni concrete si è acuita, perciò il presente studio, elaborato tra l'estate e l'autunno 2022, si è concentrato sui maggiori impatti lungo la catena del valore del turismo, il punto di vista dei turisti, le opportunità di innovazione degli operatori turistici e quelle offerte dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, o PNRR.

Nella nostra analisi, ci concentreremo sul secondo punto, ovvero sull'atteggiamento dell'utente italiano nei confronti della sostenibilità in vacanza.

Innanzitutto, appare chiaro alla luce dello studio di Deloitte e AICEO che il viaggio sostenibile sia un trend in crescita nel nostro Paese: a influenzare in modo determinante le scelte degli italiani è per il 64% il cambiamento climatico, percentuale che sale al 71% per i consumatori della Generazione Y e Z, cioè compresi fra i 18 e i 34 anni. Inoltre, il 75% ritiene che lo sviluppo del turismo sostenibile sia necessario per una transizione *green* dell'Italia attraverso la creazione di infrastrutture *eco-friendly*, a dimostrazione del fatto che gli italiani considerano il turismo come una colonna portante dell'economia del Paese.

Nonostante sia una tematica sorta in tempi recenti, gli italiani dichiarano di non considerare il turismo sostenibile come una moda temporanea, bensì come un nuovo approccio al viaggio destinato a consolidarsi nel futuro abbracciando tutte le sue fasi: pianificazione, trasporto e fruizione della vacanza attraverso esperienze locali e originali.

I comportamenti sostenibili tenuti in vacanza non sarebbero altro che una continuazione dei comportamenti virtuosi tenuti quotidianamente a casa, come la riduzione degli sprechi (59%), del consumo di plastica (46%) e di acqua (40%). Molta attenzione viene rivolta anche alla scelta del mezzo di trasporto, sia per il tragitto verso la meta (44%), sia per spostarsi durante il soggiorno, prediligendo la bicicletta o i mezzi pubblici (37%). Ancora poco utilizzato è invece l'utilizzo di carbon credits (13%), cioè certificati negoziabili per cui un titolo equivale a una tonnellata non emessa o assorbita di CO₂: un'iniziativa mirata quindi a ridurre le emissioni di gas serra, ma probabilmente ancora nota più che altro alle aziende e meno ai cittadini. Infine, anche gli italiani mostrano una preferenza per i viaggi locali alla scoperta dei borghi come forma di supporto per l'economia locale attraverso il consumo dei prodotti a chilometro zero (45%) e per le escursioni rispettose per la fauna selvatica e dei suoi habitat (41%).

Tornando alla sostenibilità relativa alle fasi del viaggio, sembrano dare grande importanza alla scelta del mezzo di trasporto (53%), dove il treno risulta essere il mezzo prediletto (58%), seguito da autobus (38%) e *bike-sharing* (30%); la pianificazione diventa il fattore chiave per viaggiare in maniera sostenibile: tuttavia, solo il 12% degli intervistati ricerca attivamente temi sociali e ambientali sulla destinazione, poiché la maggior parte vengono ricercate quando si seleziona la destinazione (37%) o quando si prenota la struttura o il mezzo di trasporto (36%). In entrambe le

fasi, la tecnologia gioca un ruolo fondamentale dal punto di vista informativo, dove la fonte più consultata sono i blog di viaggio e i siti specializzati (46%) rispetto ai siti internet delle strutture scelte (41%).

Importante è per le aziende saper comunicare le proprie politiche ESG²⁷: purtroppo sembra che in questo non eccellano, visto che solo il 30% dei turisti ritiene che operatori di trasporto e strutture ricettive comunichino in modo efficiente le proprie politiche sostenibili.

Un elevato valore viene attribuito alle certificazioni ambientali, a segnalazione dell'impegno dell'azienda nel garantire il rispetto degli standard stabiliti a livello comunitario e della sua affidabilità: per il 69% dei rispondenti la presenza di una certificazione ambientale è dimostrazione di responsabilità e più della metà ritiene che esse contribuiscano a rafforzare la reputazione di un'azienda; ma cosa più importante, per il 61% sono un motivo di scelta della struttura, specialmente perché le strutture turistiche operano spesso in aree protette o in contesti vulnerabili. Parlando di strutture, il 75% degli intervistati è convinto che la lotta al cambiamento climatico dipenda anche dall'alloggiare presso strutture sostenibili: esse vengono identificate secondo diversi criteri, come il risparmio energetico, segnalato ad esempio dalla presenza di un impianto fotovoltaico; è vista di buon occhio anche la gestione degli sprechi, sinonimo di impegno ambientale e strategia di riduzione dei costi. Si articola in quattro passaggi: ridurre, riutilizzare, differenziare e riciclare: la raccolta differenziata e l'eliminazione della plastica diventano l'aspetto forse più rilevante in un'ottica di *zero-waste*. Si apprezza, infine, lo sforzo di una struttura nel promuovere il territorio e le iniziative locali secondo un'ottica di economia circolare.

A distinguersi per la sensibilità *green* anche in vacanza sono sempre i giovani delle Generazioni Y e Z, specialmente nell'ambito del riciclo (46%) e riduzione della plastica (29%).

Veniamo ora alla questione dei costi del viaggiare sostenibile: l'attività si rivela, infatti, costosa per buona parte degli intervistati; bisogna dire, però, che la maggior parte degli italiani mostra propensione a pagare un "premium price" per usufruire di servizi sostenibili: circa la metà è disposta a pagare un added value del 5-10%, mentre il 20% arriverebbe a pagare fino al 15-20% in più. L'efficacia di questo investimento deve però essere garantito attraverso un'opportuna informazione circa le iniziative intraprese.

Siamo così giunti alla conclusione di questo capitolo: dopo aver analizzato la nascita del concetto di turismo sostenibile, dei numerosi benefici che esso apporta e del crescente interesse del turista moderno nei suoi confronti, passiamo al caso studio Cavallino-Treporti per vedere come viene applicato in un ambito pratico.

²⁷Acronimo di Environmental, Social e Governance: i fattori ambientali, sociali e di governo societario qualificano una struttura come sostenibile.

Da località per il turismo balneare a leader europeo dell'*open air*, Cavallino-Treporti ci dimostra che offrire un turismo alternativo al binomio “sole-mare” non solo è possibile, ma, soprattutto in un’ottica di destagionalizzazione turistica, anche molto vantaggioso per il territorio.

Procediamo quindi al prossimo capitolo per conoscere meglio la realtà della seconda spiaggia più frequentata d’Italia.

CAPITOLO III. LA LOCALITÀ CAVALLINO-TREPORTI

Cavallino-Treporti è un comune della provincia di Venezia situato nella zona settentrionale dell'omonima laguna. È divenuto comune autonomo con Legge Regionale n.11 del 29 marzo 1999, separandosi ufficialmente da Venezia grazie a un referendum votato nel dicembre dell'anno precedente.

Deve il suo nome a due località poste su due estremi del territorio, dove “Cavallino” stava probabilmente a indicare in origine un allevamento di cavalli appartenente all'antica popolazione dei Veneti; una popolazione di circa 13.000 abitanti e si estende su una superficie di circa 45km², geograficamente insulare ma divenuta peninsulare grazie al ponte di Cavallino, costruito sopra il fiume Sile (nell'alveo del Vecchio Piave), che lo collega al Comune di Jesolo, e quindi alla terraferma. Il territorio è di tipo pianeggiante con una quota altimetrica media di 1 m s.l.m. e costituito per lo più da terre emerse di origine marina, lacustre e antropica, soprattutto per quanto riguarda la viabilità e la produttività ittica; è inoltre delimitato dalla linea di costa adriatica nel tratto tra il faro di Punta Sabbioni e Jesolo, dal quale è separato geograficamente, come già detto, dal fiume Sile; a nord-ovest è invece delimitato dalla Laguna di Venezia, che si ricongiunge al Mare Adriatico tramite il canale San Felice. La penisola viene attraversata lungo tutta la sua estensione dal canale Pordelio, il quale si dirama in altri due canali, Portosecco e Saccagnana: sono tutti e tre navigabili; il Pordelio si collega al Sile tramite un quarto canale, il Casson: la sua confluenza nel fiume viene regolata da una chiusa artificiale, le cosiddette “Porte del Cavallino”, la cui costruzione risale al 1632.

È infine composto di 12 frazioni minori: Punta Sabbioni, posta sull'estremità occidentale del territorio; Lio Grando; Ca' Savio, sede dell'amministrazione comunale; spostandoci verso nord, incontriamo Treporti, situato su un'isola delimitata dal canale Pordelio e dal canale San Felice; Saccagnana; Lio Piccolo (ora considerato fra i più “bei borghi d'Italia”) e Mesole; tornando invece a spostarci da Ca' Savio verso est, troviamo in ordine Ca' Vio; Ca' Pasquali; Ca' Ballarin; Ca' di Valle e Cavallino, sull'estremità orientale.

3.1. Analisi ambientale

3.1.1. Territorio e ambiente

Da un punto di vista territoriale, Cavallino-Treporti si suddivide in tre principali fasce orizzontali, ognuna caratterizzata da particolari elementi naturali: quella settentrionale affacciata sulla Laguna di Venezia, dai caratteristici ambienti vallivi (valli da pesca, canali e barene), collegati tramite le principali vie d'acqua; quella costiera, affacciata sul Mare Adriatico, un litorale sabbioso composto da spiagge, dune e dalla pineta; quella centrale, prevalentemente rurale, se non si considerano i nuclei abitativi.

Quanto all'evoluzione, è probabile che in tarda epoca Romana la zona fosse costituita da un sistema di lagune che si estendevano dal Delta del Po fino al triestino; solo a partire dal XIII secolo il Piave avrebbe iniziato a trasportare depositi sabbiosi, formando le isole delle Mesole, Saccagnana e e Treporti, e creando così una prima configurazione della penisola del Cavallino.

Nel secolo successivo nella zona erano presenti quattro diversi porti lagunari: porto di San Nicolò, di Sant'Erasmus, di Tre Porti e di Lio Mazor, dove si trovava la foce del canale di Lio Mazor, ora detto Pordelio; nei secoli a venire, il lembo di terra avrebbe continuato a crescere grazie all'interazione delle correnti marine con i depositi trascinati dalle acque del Piave, la cui foce nel '600 viene spostata a Cortellazzo (a est di Jesolo), per deviare nel suo vecchio letto il fiume Sile. Per quanto riguarda il tratto lagunare, esso è compreso nella zona della Laguna nord, situato tra Campalto e Sant'Erasmus fino al Taglio del Sile: quella settentrionale è considerata forse come la più "preziosa" dal punto di vista ambientale, in quanto l'unica ad aver mantenuto praticamente inalterati i caratteri originari grazie alla continua interazione tra flussi fluviali e marini. Ciò rende questo tratto lagunare particolarmente fragile agli interventi artificiali, che devono essere minimi per evitare qualsiasi tipo di impatto ambientale.

La laguna si distingue in "laguna viva" e "laguna morta": la prima è un'area caratterizzata da acque libere ed è soggetta all'azione quotidiana della marea grazie ai cosiddetti "canali di marea", sistemi vascolari naturali o artificiali che consentono la penetrazione delle correnti in entrata dalle bocche di porto verso l'interno attraverso bassifondi un tempo ricoperti di piante che svolgevano una funzione frenante per il moto ondoso, depurativa delle acque e nutritiva per molti organismi acquatici; la "laguna morta" non è invece soggetta al ricambio idrico, ed è pertanto caratterizzata da elementi naturali come velme e barene, e antropici, come le valli da pesca.

Le velme sono zone sedimentarie di natura argillosa, spoglie di vegetazione e abitate solo da organismi marini, sono normalmente sommerse ed emergono solo in condizioni di bassa marea. Le barene, sempre a carattere sedimentario, si trovano generalmente sopra il normale livello della

marea; attraversate da canali e ghèbi, canali minori, sono habitat a salinità e temperatura oscillanti che ospitano una vegetazione alofila²⁸ poco abbondante ma molto specifica, di cui fanno parte il limonio (o “erica di barena”), l’astro marino (simile ai “settembrini”, ne viene ricavato il “miele di barena”) e la salicornia, che comprende specie annuali e longeve. Queste piante svolgono importanti funzioni per il mantenimento della barena stessa, contribuiscono infatti a trattenere i sedimenti, offrono protezione dal sole e dall’erosione dell’acqua (specialmente quando il lembo di terra viene sommerso) e filtrano e depurano le acque.

Oltre alla flora lagunare, non va dimenticata l’altrettanto caratteristica fauna, che comprende fino a 350 specie di uccelli che sorvolano la laguna nell’arco delle quattro stagioni, tra cui spiccano il cavaliere d’Italia, la garzetta, il martin pescatore e il cormorano; le acque si prestano ad essere un perfetto habitat per diverse specie ittiche, come il cefalo, il gò e l’anguilla, molluschi e crostacei, ma anche anfibi e rettili, come la biscia d’acqua.

Le valli da pesca, infine, sono aree separate dal resto della laguna adibite all’itticoltura, ma spesso anche all’attività venatoria: il termine deriva dal latino “*vallum*”, “argine”, a indicare l’arginatura artificiale che consente di isolarle dai flussi di marea, e quindi da agenti inquinanti esterni: gli argini sono quindi fondamentali per preservare gli ecosistemi e gli habitat presenti al loro interno.

Per quanto invece riguarda la zona litoranea prospiciente il mare, essa si estende per 15 km di costa, dal faro di Punta Sabbioni fino al faro di Cavallino: lungo l’arenile, procedendo dalla riva verso l’entroterra, si incontrano biotopi diversi tipici delle spiagge sabbiose dell’Adriatico settentrionale. La spiaggia si suddivide quindi in diverse fasce: quella della battigia, costantemente bagnata dal mare, deposito per organismi di origine animale e vegetale, e parallela a quella “semi-desertica”, che è invece sprovvista di vegetazione e si compone di uno strato di sabbia fine e dorata che sale con leggera pendenza verso le dune retrostanti. La prima fascia “a monte” è detta “linea di deposito marina”, dove si decompongono accumuli di materiale organico trasportati dal mare (come alghe o rami) e nascono le cosiddette piante “pioniere”, che trattenendo la sabbia formano delle piccole dune; segue poi la fascia delle “dune embrionali”, dove la sabbia si accumula in forma ondulatoria e le piante che la popolano sono per lo più fusti che, insieme alle radici, costituiscono un reticolo che intrappola la sabbia; nella “fascia delle dune bianche”, invece, le dune non sono ancora del tutto sviluppate per via dell’azione del vento (soprattutto la bora d’inverno) che continua a riplasmarle; vi è infine la zona delle “dune consolidate”, che non vengono mai raggiunte dall’acqua se non in caso di marea eccezionale. Sono dette anche “dune grigie” per la colorazione che assumono in estate a causa della secchezza dei muschi e licheni che li ricoprono, e, oltre alle erbe, ospitano anche vegetazione di tipo arbustivo (soprattutto ginepri) o arboreo.

²⁸Adatta ad ambienti salmastri

Come possiamo notare, la flora della fascia costiera è nutrita e diversificata, ma comunque composta da tutte piante adattabili a un ambiente secco, poiché la sabbia non riesce a trattenere l'umidità, e in estate esse sono sottoposte a temperature molto elevate; normalmente, infatti, il loro ciclo biologico si completa tra l'inverno e la primavera, quando possono godere di piogge più abbondanti e il calore non raggiunge picchi estremi. Meno ricca è invece la fauna, per via delle condizioni climatiche non propriamente favorevoli; per molti vertebrati, inoltre, le dune non rappresentano un ambiente protetto dove trovare rifugio, specialmente durante l'affollamento estivo, che, tra l'altro, corrisponde col periodo di accoppiamento di molte specie. Tuttavia, è possibile trovare sia invertebrati (come chioccioline, pulci e forbicine di mare) che vertebrati, dagli anfibi e rettili (v. rospo smeraldino o la testuggine palustre) agli uccelli (gabbiani e fratini), fino a mammiferi come il coniglio selvatico.

Alle spalle delle dune, si trovano infine le pinete, adiacenti all'intera estensione dell'arenile, zone boschive composte, come il nome suggerisce, per la maggior parte da pini marittimi: la pineta litoranea di Cavallino-Treporti è di origine artificiale, costruita nei decenni passati per difendere le colture interne dall'*aerosol* marino: le specie di pino presenti, infatti, non sono autoctone, ma originarie della Penisola Iberica (pino domestico), dell'Italia centrale (pino marittimo) o delle Isole (pino d'Aleppo). Considerate dal punto di vista ambientale scadenti per via dell'accumulo di aghi sul terreno, che non si decompongono e soffocano quindi il sottosuolo, hanno però rilievo dal punto di vista paesaggistico, donando un ampio respiro verde al panorama costiero.

Va ricordato che le pinete di Cavallino-Treporti sono riconosciute dalla Rete Natura 2000, il più importante programma dell'Unione Europea per il mantenimento della diversità biologica (Direttiva 92/43/CEE "Habitat"), come SIC (Sito di Interesse Comunitario) e ZPS (Zona di Protezione Speciale), quest'ultima rientra nell'ambito normativo della Direttiva 2009/147/CE "Uccelli" per la protezione dell'avifauna selvatica: si tratta quindi di aree severamente protette da qualsiasi azione antropica.

3.1.2. *Le Tegnùe*

A poche centinaia di metri dalla costa di Cavallino-Treporti si trova quello che si potrebbe definire il "reef di Venezia", un tesoro sommerso di biodiversità più unico che raro: stiamo parlando delle "Tegnùe del Golfo di Venezia", degli affioramenti rocciosi dal profilo irregolare caratterizzati da una biocenosi particolarmente significativa per il loro contributo al ripopolamento delle specie ittiche dei fondali.

Il nome deriva dal dialetto veneziano “trattenute”, termine utilizzato dai pescatori per indicare queste insenature in cui le reti da pesca finivano impigliate, finendo spesso lacerate. Erano conosciute già dal XVIII secolo, epoca in cui l’Abate Giuseppe Olivi, un naturalista di Chioggia, le descrisse per la prima volta. La loro origine è tuttora incerta, ma si suppone che si siano sviluppate negli ultimi 4.000 anni, e sicuramente la loro costruzione è in parte da attribuire a delle alghe rosse calcaree corallinacee, così chiamate perché rimandano ai coralli biocostruttori delle barriere coralline dei Caraibi.

Le *Tegnùe* si trovano a una profondità che va dai 15 ai 40 metri e la loro dimensione è variabile, dai piccoli massi di pochi metri quadrati a formazioni rocciose grandi anche migliaia di metri quadri; inoltre, l’elevazione del fondale può essere di pochi centimetri nelle formazioni più basse e piatte (anche dette “lastrure”) oppure arrivare a qualche metro di altezza per quelle poste più in profondità.

Sono distribuite nell’Alto Adriatico, ma la loro morfologia si distingue completamente da quella del resto degli ecosistemi adriatici; per quanto riguarda la provincia di Venezia, sono presenti al largo del Lido di Venezia, Pellestrina, Caorle, e soprattutto Chioggia, ma anche in buona parte nelle acque antistanti il Litorale di Cavallino-Treporti, dove se ne individuano tre: la Tegnùà D’Ancona, la Tegnùà Cavallino Vicina e la Tegnùà Cavallino Lontana.

Sotto il profilo morfologico, gli studiosi di geologia sono concordi nel raggrupparle in tre diverse categorie: rocce sedimentarie clastiche, dette anche comunemente “beachrocks”, la cui formazione è dovuta ai carbonati cementificati della sabbia o di frammenti organici; rocce sedimentarie di deposito chimico, generate dalla reazione del gas metano proveniente dal fondo a contatto con l’acqua marina, che può produrre carbonati destinati a cementificarsi; rocce organogene, derivanti cioè dall’interazione di organismi costruttori animali o vegetali. Spesso queste tre tipologie coesistono, e in alcuni casi possono addirittura sovrapporsi, come spesso capita alle rocce organogene quando si formano al di sopra di quelle sedimentarie.

Grazie al fatto che i pescatori iniziarono a evitare di praticare la loro attività in queste aree, le *Tegnùe* hanno potuto conservarsi nel corso del tempo, mantenendo praticamente inalterato l’ecosistema: sono esse l’habitat perfetto per anemoni, pesci, stelle marine (grandi fino a 30cm) e spugne di mare come la “spugna del paguro”, che trova rifugio nel guscio del crostaceo.

Dagli anni Sessanta le *Tegnùe* sono state riscoperte e divenute oggetto di studio, soprattutto per dimostrarne il valore scientifico e naturale; a Cavallino-Treporti sono inoltre divenute parte di un progetto di salvaguardia condotto dall’amministrazione comunale in collaborazione con la Regione Veneto come zona protetta e oasi di tutela biologica.

Come si può evincere dall'analisi ambientale, Cavallino-Treporti è una località inserita in un contesto marino-lagunare dai delicati equilibri, ricco di biodiversità e di ecosistemi fragili, che rendono la località naturalmente idonea a svilupparvi un turismo non soltanto di tipo balneare, ma soprattutto di stampo ecologico, amante dell'aria aperta e, pertanto, sostenibile.

Procediamo ad analizzarne gli aspetti turistici per inquadrare il contesto in cui il turismo sostenibile viene a inserirsi.

3.2. Analisi turistica

3.2.1. L'offerta turistica

Il turismo è indubbiamente uno dei settori trainanti per l'economia di Cavallino-Treporti: dal secondo dopoguerra in poi, esso è cresciuto a tal punto da rappresentare il secondo settore di maggiore impiego per la popolazione locale (circa il 16% secondo una stima del 2010), secondo solo alle attività commerciali (22%), e arrivando a scavalcare il settore agricolo (attualmente circa il 10%) già negli anni Sessanta, quando ormai apparivano chiare la vocazione turistica del territorio e, quindi, le maggiori opportunità di migliorare le condizioni di vita e trasformare l'economia locale. Dal punto di vista dell'offerta turistica, Cavallino-Treporti è specializzato in strutture ricettive di tipologia extra-alberghiera, nella fattispecie dei camping: se inizialmente la caratteristica principale della vacanza era quella del "campeggio a terra" nei parchi di campeggio, col tempo essa si sarebbe sviluppata fino ad assumere le connotazioni del villaggio turistico, dotato di servizi sempre più a misura del cliente e sempre più mirati a garantirgli i comfort di casa sua.

L'alta concentrazione di camping (rappresentanti circa l'1% dei campeggi presenti sull'intero territorio nazionale) e l'ambiente ancora in gran parte inviolato fanno di Cavallino-Treporti il luogo ideale per una vacanza all'aria aperta, tanto che già da anni si è guadagnato il primato di "leader europeo dell'*open air*" (v. Cap. 4). Il Litorale conta ben 29 campeggi distribuiti lungo l'intera fascia costiera e forestale: la loro classificazione, basata su parametri dettati dalle delibere delle Giunta Regionale n. 1000/2014 e 1001/2014, va da 1 a 5 stelle: i campeggi di Cavallino-Treporti che hanno ottenuto la quinta stella sono ad oggi ben 7, mentre la maggior parte ne possiede 4 o 3. Come vedremo, il primo ad aprire fu il Camping Union Lido nel 1955, segnando un *post quem* nello sviluppo turistico della zona: esso è localizzato nella frazione di Ca'Ballarin, e insieme al Camping Marina di Venezia (situato a Punta Sabbioni), è inoltre il più grande per dimensioni e capacità ricettiva.

Una formula interessante è quella rappresentata dall'Agricampeggio, una nuova tendenza che permette di esercitare l'attività del campeggio all'interno di un contesto rurale, come quello della fattoria: se ne contano 4 sul territorio del Litorale.

Altre attività extra-alberghiere sono rappresentate dai B&B (4), le case per ferie (3), gli agriturismi (2) e di altra tipologia, come appartamenti, bungalow e affittacamere (53).

Per quanto invece riguarda le strutture alberghiere, se ne contano 19, la cui classificazione più alta è di 4 stelle.

Dal punto di vista dell'accoglienza turistica, sul territorio sono presenti tre uffici di Informazione e Accoglienza Turistica (I.A.T.), uno situato a Cavallino, nello stesso edificio dove hanno sede gli uffici del Parco Turistico del Cavallino e dell'Assocamping; il secondo si trova a Punta Sabbioni, non lontano dall'attracco dei vaporette dell'ACTV; il terzo, più recente, si trova invece fuori dal Museo della Batteria V. Pisani e, a differenza dei primi due, ha apertura solo stagionale.

Il Consorzio del Parco Turistico di Cavallino-Treporti è partner del Comune di Cavallino-Treporti ed è il principale ente di promozione turistica del territorio in Italia e all'estero, mentre

Assocamping è un'associazione senza scopo di lucro co-fondata dalle strutture all'aria aperta locali nel 1968, con l'obiettivo di promuovere e tutelare tali strutture, e di stimolarne le trasformazioni necessarie per renderle sempre più adatte alle esigenze dei campeggiatori.

Per quanto invece riguarda i servizi di trasporto pubblico, le maggiori aziende operanti nella zona sono Actv S.p.A. (Azienda del Consorzio Trasporti Veneziano) e ATVO S.p.A. (Azienda Trasporti Veneto Orientale): la prima fornisce il servizio di trasporto nautico lagunare, che collega Cavallino-Treporti a Venezia e al suo Lido tramite la linea 14 e 15 con l'attracco di Punta Sabbioni, mentre tramite l'attracco di Treporti - Ricevitoria garantisce il collegamento grazie alla linea 12 con le isole di Burano, Torcello e Murano; le corse si alternano con una frequenza di 30 minuti per entrambe le tratte, mentre diversa è la durata: 35 minuti per il collegamento con la fermata di Venezia - Pietà (la quale dista da Punta Sabbioni circa 9 km) e appena 14 minuti per giungere da Treporti a Burano, distanti poco più di 4 km. Il piano tariffario offerto da Actv si rivela poco vantaggioso per il turista, con prezzi che vanno ora da € 9,50 per il biglietto ordinario della durata di 75 minuti ai € 25,00 del biglietto giornaliero, fino ai € 65,00 per un biglietto valido 7 giorni; esiste inoltre un biglietto di andata e ritorno per le spiagge dal costo di € 16,00, attivo sulla tratta Venezia – Lido di Venezia – Punta Sabbioni (linea 14 e 15) se il ritorno viene convalidato entro le 23.59 del giorno stesso in cui è stato effettuato il viaggio di andata.

ATVO fornisce invece il servizio di trasporto su gomma, grazie a 4 linee che collegano i punti principali di Cavallino-Treporti, e questo con il comune di Jesolo: a P. Sabbioni, subito accanto all'attracco delle motonavi, si trova uno dei maggiori terminal del servizio locale, mentre gli altri due sono quello di Treporti - Ricevitoria e quello di Jesolo. Anche le corse degli autobus hanno una

frequenza di 30 minuti, in coincidenza con gli orari dei battelli Actv. I prezzi offerti si rivelano più clementi -anche se non si possono definire “bassi”- di quelli dell’Actv: un biglietto ordinario della durata di 60 minuti costa infatti € 2,50 per i non residenti, mentre esiste un biglietto comprensivo di andata e ritorno dal Camping Marina di Venezia al Mercato di Cavallino valido il martedì dalle ore 7.00 alle 14.00 del costo di € 3,90; esiste infine un biglietto per l’aeroporto “Marco Polo” di Venezia, situato a Tessera, dal costo di € 5,00: per recarvisi è necessario effettuare un cambio al terminal di Jesolo, oppure, per lo stesso prezzo, è possibile usufruire del servizio Venice Airport Bus Express, attivo solo d’estate, che percorrendo Via delle Batterie (dove hanno sede i campeggi situati a Ca’Pasquali) porta direttamente all’aeroporto senza dover effettuare alcun cambio.

3.2.2. La domanda turistica

La regione del Veneto risulta essere ufficialmente la più visitata d’Italia: grazie alla sua offerta completa di turismo balneare, montano, lacustre, termale, città d’arte e patrimoni Unesco (cui si sono aggiunte, nel 2019, le colline del Prosecco), essa ha potuto contare su quasi 18 milioni di visitatori fino al periodo pre-pandemico. Per il G20 delle spiagge, inoltre, la regione compete insieme all’Emilia Romagna per i numeri relativi alle presenze stando ai dati del 2016.

Cavallino-Treporti ha da sempre attratto ingenti flussi turistici: con un numero di presenze annue di oltre 6 milioni di visitatori, non solo la località ha superato la rivale Jesolo (ora ottava località più visitata e quarta spiaggia d’Italia) all’inizio dello scorso decennio, ma ha anche raggiunto un importante traguardo, quello di seconda spiaggia d’Italia; il primato, per il momento, è ancora detenuto dalla spiaggia di Rimini, che conta su oltre 7 milioni di presenze. Oltre a ciò, il piccolo comune si posiziona al sesto posto come sesta località più visitata d’Italia, dietro a Roma, Venezia, Milano, Firenze e Rimini; esiste però una classifica in cui Cavallino-Treporti si classifica al primo posto, ed è quella di prima spiaggia d’Italia per presenze turistiche di stranieri, per le quali si è distinto fin dai primi esordi anche rispetto a Jesolo.

Un’analisi fornita da Assocamping (Fonte Istat - Regione Veneto) mostra il movimento totale delle presenze turistiche del Comune di Venezia e Cavallino-Treporti a partire dal 1957, in cui vediamo il Litorale partire dal timido numero di 234.978 visitatori, fronte agli oltre 2 milioni che in quell’anno avevano soggiornato nel veneziano. Tuttavia, a eccezione di alcune piccole fasi di regressione (come nei bienni 1958-59, 1989-90 e naturalmente nel 2020-21, interessato dalla pandemia del Covid-19), possiamo notare che la crescita è sempre rimasta costante, a conferma del fatto che la destinazione offre un turismo di qualità e attento alle esigenze del turista: addirittura, nel 1963

vediamo Cavallino-Treporti superare il milione di presenze, rappresentando così 1/3 delle presenze turistiche del Comune di Venezia, e, già entro la fine del decennio, arriva a raggiungere i 2 milioni. Da qui in poi, la località cresce di circa un milione per decennio, arrivando alla cifra di 6 milioni nel 2009: ciò è un dato significativo, in quanto il biennio 2008-2009 non sembra risentire della crisi finanziaria scoppiata in quegli anni, mantenendo il trend positivo registrato fino ad allora.

Nel 2020, anno più buio per il settore turistico, Cavallino-Treporti riesce comunque a registrare oltre 3 milioni di presenze grazie alla sua offerta del turismo all'aria aperta, che in un'era pandemica ossessionata dal timore del contagio si dimostra una formula vincente; già l'anno successivo, comunque, svela un trend nuovamente in aumento dell'81%; il 2022, infine, segna il record più alto mai segnalato: 6,7 milioni, dei quali quasi il totale concentrato nei campeggi.

Altri dati forniti sempre da Assocamping ci rivelano di più sull'identità dei turisti di Cavallino-Treporti: tanto per cominciare, nel decennio scorso le presenze straniere sono andate crescendo in proporzione inversa rispetto a quelle italiane, progressivamente in calo. Tra le oltre 6,2 milioni di presenze registrate nel 2019, più di 5,1 milioni erano straniere: i tedeschi rappresentano ben il 61% del totale, gli svizzeri il 7,3% e, quasi a pari merito, gli austriaci (7%). Una buona crescita si è notata nei turisti provenienti dall'Europa dell'Est, soprattutto polacchi (+17%) e ungheresi (+12%), così come, a occidente, sono in crescita francesi (+6%) e inglesi (+2,7%) nonostante la Brexit; in calo, invece, erano danesi (-12%) e olandesi (-8%).

Per quanto riguarda gli italiani, nello stesso anno, essi rappresentavano circa un sesto delle presenze totali, pari a poco più di 1 milione: di questi, oltre la metà erano veneti, ma buona parte venivano dalle regioni confinanti Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia (17,6%). Infine, altri aspetti del turista di Cavallino-Treporti sono offerti da un'ultima analisi condotta dall'associazione su un campione di 1.000 intervistati alloggiati in 14 strutture all'aria aperta della zona: ben il 66% di loro sono famiglie con figli (generalmente sotto i 15 anni), il 28% coppie in vacanza e l'8% famiglie con genitori anziani, rivelando quindi che l'offerta turistica di Cavallino-Treporti attira meno per trascorrere le vacanze da soli o con amici.

L'ospite medio di Cavallino-Treporti è inoltre altamente fidelizzato: il 41% vi si reca in vacanza da oltre 8 anni, e per 3 turisti su 4 la conoscenza della destinazione è avvenuta attraverso canali informali, come il passaparola, oppure perché ci venivano già in vacanza con i genitori da piccoli; non solo, la sua è una permanenza media decisamente lunga, che arriva alle 8 giornate.

Quanto al mezzo utilizzato per raggiungere la destinazione, il 67% vi si reca in auto, il 28% con camper o caravan (mezzi di locomozione tipici della vacanza *open air*) e il 5% con altri mezzi: un dato non trascurabile, se si considera che l'accessibilità è tuttora uno dei maggiori problemi di Cavallino-Treporti, raggiungibile via terra solo attraverso la Strada Provinciale Jesolana SP42 (o via Roma Destra), che passando da Jesolo si collega a Cavallino tramite il ponte sul Sile, e nell'alta

stagione turistica diventa estremamente affollata, creando ingorghi e costringendo l'autista a rimanere imbottigliato anche per delle ore.

La spiaggia è ancora la risorsa che più attira i turisti (per l'80%), ma risultano molto apprezzate anche la tranquillità e la vita all'aria aperta (46%), la pulizia (32%), la gastronomia (24%) e il verde (19%); inoltre, la maggior parte dei turisti dichiara di essere uscito dal camping per visitare il territorio di Cavallino-Treporti (quasi l'80%) e il 55% vorrebbe essere informato sulla località. Il cliente sembra infine molto soddisfatto dei servizi offerti dalla struttura ricettiva: l'accoglienza ricettiva generale ha ottenuto una valutazione complessiva di 8/10, di cui i servizi più apprezzati sono la sicurezza, l'assistenza e la ristorazione.

3.3. Genesi del fenomeno Cavallino-Treporti

3.3.1. Dalle origini agli anni '80: lo sviluppo della località turistica

La vocazione turistica di Cavallino-Treporti si è sviluppata a partire dal secondo dopoguerra, con la nascita della società dei consumi e del turismo di massa: prima di allora, l'unica iniziativa a carattere "turistico" fu quella della Ciga (Compagnia italiana dei grandi alberghi) di far costruire a Punta Sabbioni un campo sportivo nel 1928, la quale però non andò a buon fine.

Dopodiché, le prime forme di attività turistica riguardarono per lo più gli affittacamere o la ristorazione fino agli anni '50, quando il destino turistico del territorio non poteva più essere messo in discussione: diventavano sempre di più quelli che rivolgevano le proprie mire imprenditoriali all'arenile, e che avrebbero dovuto confrontarsi con la Capitaneria di porto di Venezia per ottenere in concessione lotti di terreno nella zona della pineta, costruita lungo la costa nei primi anni '30 per difendere i terreni agricoli adiacenti.

Il settore dei campeggi avrebbe faticato non poco a ottenere il riconoscimento come categoria imprenditoriale a livello nazionale, nonostante il successo riscontrato già negli anni Quaranta, testimoniato dalla nascita dell'Acti (Associazione campeggiatori turistici d'Italia) nel 1942: il campeggio veniva infatti considerato un'attività dal carattere sociale, in cui rientravano organizzazioni religiose e laiche come la colonia marina di Longarone, mirate a garantire soggiorni di vacanza al mare a bambini delle scuole elementari per rinfrancarne la salute dopo gli anni di guerra. La categoria degli albergatori temeva l'emergere del nuovo settore e insisteva perché rimanesse senza scopo di lucro, ma ben presto dovette arrendersi davanti all'evidente successo e al timore che osteggiare il campeggio avrebbe potuto determinare il dirottamento dei flussi turistici verso altri Paesi europei.

Il 1955 può essere considerato l'Anno Zero dello sviluppo turistico di Cavallino-Treporti, grazie all'apertura del primo camping, NSU Lido (ora Union Lido): tuttavia, i piani di sfruttamento turistico contrastavano con lo stato di abbandono in cui versava il Litorale, ancora sprovvisto di infrastrutture e servizi; ma la spiaggia continuava ad attrarre flussi di villeggianti e, di conseguenza, aumentavano le richieste di concessioni demaniali di tratti dell'arenile. Se nella prima metà degli anni '50 andarono sviluppandosi le prime attività commerciali, nella seconda metà, il Cavallino avrebbe trionfato sul Lido di Venezia, in declino perché specializzato nel turismo d'élite, mentre Cavallino-Treporti forniva un'offerta turistica accessibile al ceto medio-basso; rispetto a Jesolo, invece, la novità era che ad affollare i lidi del Cavallino fossero gli stranieri e non gli italiani. Intanto, mentre si rivolgeva l'attenzione al terminal di Punta Sabbioni (importante collegamento di trasporto acquatico per Venezia con la terraferma) per iniziarne la sistemazione, si discuteva

sull'opportunità di costruire una strada translagunare tra Punta Sabbioni e l'isola della Certosa, che avrebbe potuto favorire, tra gli altri, anche i flussi turistici.

Il potenziale turistico del Litorale era ormai ben noto, tanto che nel 1959 il ministero della Marina mercantile si ritrovò a difenderne il destino turistico dalle mire del ministero della Difesa, che vedeva nel territorio una zona perfetta per le manovre dei reparti militari: ciò avrebbe compromesso le esigenze turistiche di Venezia e inferto danni agli imprenditori che avevano investito sull'arenile. L'estate del 1961, anno in cui veniva inaugurato un hotel nelle pertinenze del camping NSU, Cavallino-Treporti registrava un record delle presenze turistiche e la Giunta comunale la costruzione di un pontile in cemento armato per accogliere i passeggeri del servizio dell'Acnil²⁹ a Punta Sabbioni; fu inoltre l'anno in cui venne diffuso sul territorio il primo pieghevole di promozione turistica disponibile in italiano e tedesco. Nel corso del 1962, era però ormai chiaro che il potenziale della zona non fosse pienamente sfruttato, dato che la cronaca giornalistica definì più volte il Litorale come una spiaggia molto più bella di quelle nelle vicinanze ma lamentandone la scarsità di servizi e infrastrutture, e puntando il dito contro l'Amministrazione comunale: si dovette attendere il 1964 per l'inaugurazione dei lavori di posa dell'acquedotto, l'incremento del servizio di nettezza urbana (specialmente nel periodo estivo), del servizio di sicurezza della balneazione e perché si discutesse più concretamente sull'irregolarità del servizio di navigazione. Dello stesso anno si ricorda la prima riunione di settore organizzata dall'Aast (Azienda autonoma di soggiorno e turismo), dove i partecipanti non mancarono di segnalare la necessità di istituire un presidio delle forze dell'ordine locale.

A infiammare gli animi nei decenni successivi sarebbero state diverse tematiche ricorrenti, in particolare la mancanza di un'adeguata promozione del territorio, la minaccia della privatizzazione dell'intero arenile, la qualità ancora scadente dei servizi e delle infrastrutture, l'inquinamento delle acque balneabili, ma soprattutto l'abusivismo edilizio.

Per quanto riguarda il primo punto, le lamentele riguardavano soprattutto il fatto che il Litorale, nonostante fosse una località turistica ormai "matura", non avesse ancora una denominazione ufficiale, ma fosse ancora indicato nell'attività promozionale come "Lido degli Europei" o, ancora più genericamente, come "una delle spiagge veneziane", che certo non contribuiva a plasmarne l'identità. La denominazione ufficiale di "Cavallino-Treporti" verrà ottenuta infatti soltanto nel 1978, mentre nel 1975 sarà l'Aast a occuparsi della promozione curando una nuova edizione del pieghevole già prodotto nel 1962.

Destava inoltre preoccupazioni il fatto che, con la crescente concessione di tratti di arenile in mano ai privati, si finisse per non avere più a disposizione tratti di spiaggia pubblica: la tematica stava a

²⁹Azienda Comunale di Navigazione Interna Lagunare, nata nel 1930, è l'antenata dell'attuale ACTV, cioè l'azienda di trasporto acqueo pubblico in funzione a Venezia e Chioggia

cuore anche allo stesso Comune di Venezia, che non aveva ancora abbandonato l'idea di allacciare con un collegamento stradale Punta Sabbioni alla Certosa, in modo da fare di Cavallino-Treporti una spiaggia destinata ai residenti veneziani che non potessero permettersi l'eleganza delle spiagge del Lido di Venezia. Ciò si legava alla nascente sostenibilità ambientale di fine anni '60, che temeva la totale rasa al suolo delle pinete per costruire nuovi parchi di campeggio e lasciava riporre tutte le speranze nella Variante al Piano regolatore, che vedremo nel prossimo paragrafo.

I servizi di trasporto e di nettezza urbana lasciavano ancora a desiderare, la rete idrica e fognaria non erano ancora state ultimate, e a partire dal 1972 la tutela delle acque divenne una necessità molto urgente, in quanto risultavano particolarmente inquinate a causa da un problema sorto nell'area della foce del Sile: il divieto di balneazione venne così esteso a tutta la zona.

Infine, la lotta all'abusivismo edilizio avrebbe interessato il territorio per molti anni a venire: a scatenare proteste non fu tanto l'abusivismo a scopo abitativo (per il quale erano normalmente previste solo delle sanzioni economiche), bensì quello a scopo imprenditoriale: l'edificazione cresceva praticamente indisturbata violando i principi del Piano regolatore del 1959, e ammontavano a migliaia i campeggiatori abusivi che trascorrevano le vacanze nel bel mezzo della pineta non potendosi permettere un soggiorno presso i camping del Cavallino, che dal 1976 si erano visti costretti ad aumentare i prezzi fino al 20% a causa dell'inflazione a due cifre. Il primo vero strumento per combattere il fenomeno fu la "legge ponte" contro gli abusi edilizi applicata nel 1975, mentre l'anno successivo le imprese edili locali si riunirono nel Comitato edilizio del Litorale Nord del Cavallino al fine di tutelare i loro interessi.

Tutti i capi d'accusa sarebbero stati imputati al Comune di Venezia, reo d'inerzia nel reprimere gli abusi e nel miglioramento della qualità dei servizi. Il malcontento era tale che già nel 1968 si discusse per la prima volta in maniera concreta sulla possibilità di creare un comune autonomo separato dalla municipalità di Venezia: dibattito che sarebbe poi sfociato nell'esito positivo del referendum del dicembre 1998 e, quindi, nell'effettiva separazione dall'Amministrazione veneziana con la conseguente nascita del comune di Cavallino-Treporti.

3.3.2. Il Piano regolatore 1959 e la sua Variante del 1977: da imposizione a opportunità

Due obiettivi erano alla base del progetto dell'Amministrazione veneziana per la stesura del Piano regolatore del Cavallino: primo, fare del Litorale una spiaggia sussidiaria a quella del Lido di Venezia, che, come abbiamo visto nel paragrafo precedente, era riservata a un target d'élite: in questo modo, nella seconda spiaggia sarebbero confluiti tutti i turisti dei ceti meno abbienti,

annullando così ogni forma di concorrenza; secondo, imporre una regolamentazione per evitare che Cavallino-Treporti si trasformasse in una seconda Jesolo, già vittima di un'edificazione sconsiderata, e con cui Cavallino-Treporti sarebbe stata destinata a rivaleggiare.

Altre idee riguardavano la valorizzazione residenziale del Litorale, dove sarebbero invece confluiti i residenti costretti a lasciare il centro storico, un possibile congiungimento del territorio con l'isola della Certosa e lo sviluppo delle attività turistiche per combattere la disoccupazione diffusa in tutta la zona comunale.

L'Amministrazione certo intuiva le enormi potenzialità di Cavallino-Treporti; tuttavia, specialmente dopo la nuova concessione degli appezzamenti di pineta rilasciate alla Società Marina di Venezia e alla Società turistica del Cavallino nel 1956, riteneva opportuno intervenire per evitare che le iniziative private compromettessero l'assetto urbanistico della fascia costiera e quella agricola. Il Piano regolatore generale (Prg) adottato con deliberazione commissariale il 20 marzo 1959 è riassumibile in sei punti principali:

1. collegamento strategico Punta Sabbioni-Certosa;
2. un complesso turistico da realizzare nella fascia demaniale compresa fra P. Sabbioni e la batteria Radaelli (Ca' Pasquali);
3. incremento (modesto) dei nuclei abitativi;
4. salvaguardia delle zone agricole;
5. possibilità di edificare nelle zone rurali caratterizzate da colture intensive su lotti dalla superficie di almeno 5.000 m²;
6. bonifica dell'area compresa fra Ca' di Valle e il faro di Cavallino.

In generale, l'edificazione veniva impostata sul modello di Jesolo, ma con un tessuto intervallato da zone di verde pubblico, specialmente all'interno della fascia forestale.

L'adozione del piano non prevede un previo consulto ai residenti locali, suscitando diversi malcontenti e osservazioni: quella di Cavallino-Treporti era una realtà economica che andava mutando molto più velocemente di quanto gli amministratori riuscissero a gestirla. Il Prg avrebbe finito col subire continue violazioni (soprattutto con l'abusivismo) ed essere completamente stravolto, motivo per cui risultò necessario adottare una Variante, a cui l'amministrazione cominciò a lavorare dal 1970 e nella quale fu costretta a dedicare molto più spazio ai campeggi.

Una prima Variante fu adottata nel 1973, prevedendo:

1. lo scorrimento stradale in senso longitudinale (tramite via Fausta);
2. la concentrazione dell'edilizia turistica in 6 nuclei situati sull'area retrostante la pineta;
3. lo sgombero dell'arenile da ogni struttura a carattere fisso, per permettere il godimento della spiaggia da parte dell'intera comunità;

4. il potenziamento dei centri residenziali che avrebbero dovuto collegarsi, a livello di attrezzature e infrastrutture, ai nuclei residenziali turistici della zona costiera;
5. la rivalutazione della zona lagunare come parco naturale;
6. il potenziamento delle attività agricole e vallive.

La Variante definitiva, però, fu adottata il 23 settembre 1977, accolta con poco entusiasmo da parte degli imprenditori locali, che consideravano l'intervento amministrativo una privazione alla libera iniziativa imprenditoriale: essa si sarebbe rivelata però, in seguito, lo strumento grazie al quale Cavallino-Treporti avrebbe mantenuto il suo carattere di "area verde", fortemente desiderato dal Comune di Venezia.

3.3.3. Il Manifesto turistico del 2003

Nell'anno 2003 fu varato il "Manifesto Turistico Qualità – Ambiente Veneto 2000", Consorzio senza scopo di lucro che sanciva per la prima volta l'impegno comune delle imprese turistiche di Cavallino-Treporti di collaborare per promuovere il turismo non più come singoli operatori, bensì nell'ottica di destinazione: come stabilito nello statuto costitutivo, infatti, il Consorzio aveva il fine di sviluppare una strategia di promozione e valorizzazione turistica della Regione Veneto grazie all'assegnazione di un sigillo che garantisse l'affidabilità delle imprese turistiche, soprattutto dal punto di vista ambientale.

Non fu un caso che il Manifesto fosse varato in quell'anno, perché nel 2003 fu anche emanata anche la cosiddetta "Legge delle alghe" con la quale, in seguito alla comparsa negli anni precedenti della mucillagine nelle acque balneari di Cavallino-Treporti, le strutture turistiche incrementarono la fornitura di servizi aggiuntivi, iniziando a costruire le piscine come alternativa al bagno in spiaggia per la clientela: incominciò quindi a divenire chiaro che lo sforzo comune fosse la base per costruire delle prospettive future solide.

Nello specifico, infatti, il Consorzio si sarebbe occupato di supportare le imprese turistiche nell'impegno verso le pratiche di sostenibilità e la loro promozione, e di rappresentarle di fronte agli enti pubblici per realizzare lo scopo.

Per essere ammesse al Consorzio era necessario che le imprese, oltre a non essere sottoposte a procedure fallimentari, fossero in possesso dei requisiti ambientali minimi stabiliti dal "Manifesto Qualità Ambiente Veneto 2000", suddivisi fra obbligatori e facoltativi: tra questi, troviamo:

- la politica ambientale, che la direzione del campeggio doveva dimostrare attraverso l'impegno documentato del rispetto del territorio, la cura della natura e dell'identità culturale del luogo e l'ottenimento della certificazione ISO 14001 entro l'anno 2005;
- obiettivi e programmi per conseguire un costante miglioramento;
- la nomina di un responsabile per garantire l'osservanza dei requisiti;
- la formazione, che la direzione di ciascun campeggio deve fornire al personale in modo da creare consapevolezza nei confronti della propria politica ambientale, dell'utilizzo adeguato delle risorse, dei possibili rischi e della gestione delle emergenze;
- la comunicazione, grazie alla quale la direzione può conoscere l'opinione di ospiti e dipendenti riguardo la propria gestione sostenibile e raccogliere consigli da loro;
- la gestione dell'acqua, dell'energia e dei rifiuti;
- la gestione del territorio, contraria allo sfruttamento del suolo;
- la lotta all'inquinamento idrico, acustico, atmosferico e del territorio;
- la salvaguardia dell'ambiente naturale, a protezione della flora e della fauna locali;
- il rispetto degli standard architettonici ed estetici, onde evitare disomogeneità con l'architettura di Cavallino-Treporti e al fine di abbattere qualsiasi tipo di barriera architettonica;
- la gestione dei flussi turistici, incoraggiando l'ospite a optare per una mobilità di tipo sostenibile;
- il benessere dell'ospite, dal rispetto delle norme sanitarie, come il divieto di fumo, alla garanzia della dovuta quiete durante il soggiorno all'interno del camping;
- l'efficienza ambientale degli appaltatori che eseguono lavori all'interno del camping e dei fornitori cui la struttura si rivolge;
- l'adeguata gestione delle emergenze;
- il monitoraggio e le misurazioni delle risorse in utilizzo, dei rifiuti e della presenza di eventuali sostanze dannose;
- le registrazioni di possibili segnalazioni o lamentele da parte del cliente e dei risultati dei questionari distribuiti, che devono essere resi disponibili alla Segreteria del Consorzio;
- il riesame annuale a cui ciascuna struttura ricettiva sarà sottoposta per verificare il rispetto dei requisiti minimi e il raggiungimento degli obiettivi.

CAPITOLO IV: CAVALLINO-TREPORTI SOSTENIBILE

Cavallino-Treporti può contare su un elevatissimo numero di presenze annue: se consideriamo che in realtà tali presenze non sono distribuite durante l'intero arco annuale ma sono concentrate in circa sei mesi, e specialmente nel trimestre giugno-luglio-agosto, la cifra diventa ancora più rilevante; se poi si tiene conto del fatto che si tratta di un piccolo comune dell'estensione di 45 km² di poco più di 13.000 abitanti, appare davvero colossale.

Nonostante ciò, il turismo a Cavallino-Treporti non ha mai assunto connotati di massa: esso si è sempre mantenuto infatti un turismo di qualità basato su un'attenta *customizzazione*, e cioè "scelto" e studiato per individuare un target preciso su cui modellare un'offerta sempre più mirata e su misura del cliente: l'obiettivo di ciò è ovviamente la sua fidelizzazione, e, come abbiamo visto nel capitolo precedente, in questo la destinazione riesce molto bene.

Si può dire che il turismo di Cavallino-Treporti sia unico nel suo genere e che si distingue nettamente da quello delle destinazioni limitrofe, come la città di Venezia e il comune di Jesolo: la prima, infatti, è ormai divenuta il simbolo del turismo di massa "mordi e fuggi", vittima di un'invasione spropositata che ogni anno la pone sotto duro sforzo, ma anche di un settore economico che ormai ha fagocitato tutti gli altri e reso impossibile la vita quotidiana del residente, il quale si vede letteralmente costretto a "fuggire" dal museo a cielo aperto in cui casa sua si sta trasformando; la seconda, la spiaggia di Jesolo, sebbene viva di rendita grazie alla fama guadagnata durante gli anni Sessanta e Settanta e sia la quarta più frequentata d'Italia, propone un modello ormai superato e replicabile in qualsiasi altra località balneare: secondo una ricerca risalente al 2013, sia il turista italiano che quello straniero non sono più attratti dalla vacanza "tutto sole e mare", e lo svago notturno offerto da Jesolo non sembra più essere soddisfacente come nei decenni passati; inoltre, il turista moderno è divenuto sensibile e attento all'estetica urbana e degli spazi pubblici, ma a Jesolo trova un'edificazione alberghiera selvaggia che ha finito per rovinare la maggiore attrattiva, la spiaggia.

Al contrario, a Cavallino-Treporti si sta lavorando per puntare sempre più verso un turismo sostenibile, capace non solo di garantire un soggiorno d'eccellenza all'ospite, ma soprattutto di integrare le varie realtà, a cominciare dalla qualità della vita per il cittadino. Già nel passato la seconda spiaggia d'Italia ha raggiunto vari traguardi in fatto di sostenibilità, a cominciare dall'ottenimento della Bandiera Blu nel 2006: si tratta di una certificazione a carattere volontario istituita nel 1987 (Anno europeo dell'Ambiente) ed estesa a 49 paesi (dapprima solo europei, ma negli ultimi anni è stata allargata anche al di fuori dei confini dell'Unione) che viene annualmente concessa da FEE (Foundation for Environmental Education), un'organizzazione internazionale senza fine lucrativo, in collaborazione con UNEP e UNWTO: è prevista per le località turistico-

balneari che rispettano determinati criteri inerenti alla gestione ambientale, come la qualità delle acque di balneazione (almeno l'80% delle quali deve necessariamente essere allacciato alla fognatura), la raccolta differenziata e la gestione dei rifiuti tossici, la pulizia di approdi e spiagge, le iniziative e certificazioni ambientali. L'obiettivo di tale riconoscimento è, naturalmente, incentivare la gestione sostenibile di località specializzate nel turismo balneare. Nella provincia di Venezia, oltre a Cavallino-Treporti, altre 6 spiagge al 2022 hanno ottenuto la Bandiera Blu: il Lido di Venezia, Chioggia-Sottomarina, Jesolo, Eraclea Mare, Caorle e Bibione.

Sempre per restare nell'ambito balneare, dopo la Bandiera Blu, nel 2020 si è raggiunto il riconoscimento della Bandiera Verde, previsto per le località turistico-balneari con caratteristiche particolarmente adatte ai bambini. È stato introdotto nel 2008 a partire dalle ricerche del Prof. Italo Farnetani, un professore universitario di pediatria e presidente dell'International Workshop of Green Flags: questa certificazione, infatti, viene assegnata dai pediatri di tutte le categorie (universitari, ospedalieri e di famiglia) allo scopo di garantire la sicurezza e la salute delle spiagge e, quindi, delle vacanze per le famiglie con figli fino ai 18 anni. Tra i requisiti richiesti, troviamo la spiaggia con sabbia, lo spazio fra ombrelloni necessario per permettere ai bambini di giocare, la sorveglianza e l'intrattenimento, sia per i bambini, bisognosi di divertimento e stimoli, che per gli adulti.

Poiché per ottenere la certificazione in questione è necessaria un'analisi scientifica, non sono previste candidature, ma sono gli stessi pediatri a proporre le località tramite la compilazione dell'apposito modulo: raggiunto un certo numero, vengono sottoposte a valutazione tramite un questionario, e vengono infine scelte quelle che ottengono le maggiori preferenze; la valutazione delle acque di balneazione è invece affidata alle Arpa regionali.

Per concludere il tema delle bandiere di riconoscimento, non possiamo non menzionare la bandiera gialla ComuniCiclabili FIAB (Federazione Italiana Amici della Bicicletta), che Cavallino-Treporti vanta dal 2018: vista la sua importanza, l'argomento sarà però analizzato separatamente in maniera più approfondita nel paragrafo 4.4.

Cavallino-Treporti è poi certificata EMAS dal 2011: della sistema di certificazione EMAS abbiamo già parlato nel paragrafo 3 del capitolo 2, dedicato al turismo sostenibile nell'Unione Europea, e sappiamo quindi che un'organizzazione certificata EMAS deve dotarsi di un'opportuna dichiarazione ambientale, che viene aggiornata ogni anno e deve presentare in modo trasparente l'organizzazione e le sue attività, la politica adottata, gli obiettivi prefissati e tutti i dati ambientali significativamente rilevanti; questa dichiarazione subisce delle modifiche periodiche, che vanno sottoposte alla convalida di un verificatore esterno; dopodiché, vengono visionate dall'organismo competente e pubblicate, cosicché chiunque sia interessato possa accedere a tali informazioni. Nella Dichiarazione Ambientale, quindi, vengono confrontati i traguardi raggiunti con gli obiettivi prefissati e vengono inoltre illustrati i mezzi che sono stati impiegati: l'importante è che ogni

attività del programma sia accompagnata dalla descrizione del suo potenziale impatto ambientale attraverso opportuni indicatori. La Dichiarazione Ambientale di Cavallino-Treporti è resa disponibile sul sito del comune www.cavallinotreporti.ve.it, dove viene inoltre illustrato l'iter di ottenimento della Registrazione EMAS.

Infine, non bisogna dimenticare che Cavallino-Treporti risiede su quello che di fatto è un sito Unesco: si tratta di “Venezia e la sua Laguna”, bene culturale candidato alla Lista del Patrimonio Mondiale dell’Umanità³⁰ nel 1987.

A differenza della maggior parte delle città d’arte italiane, che hanno candidato alla WHL il proprio centro storico, Venezia si è candidata assieme alla sua laguna, a sottintendere che la città non possa esprimere il proprio “valore universale eccezionale” separatamente dalla laguna: esse sono imprescindibili l’una dall’altra. Il sito si avvale infatti di tutti e 6 i criteri previsti per selezionare i beni culturali, e in particolare del criterio V, che recita così: *“Essere un esempio eccezionale di un insediamento umano tradizionale, dell’utilizzo di risorse territoriali o marine, rappresentativo di una cultura (o più culture) o dell’interazione dell’uomo con l’ambiente, soprattutto quando lo stesso è divenuto per effetto delle trasformazioni irreversibili³¹”*: esso esprime la meraviglia nei confronti dell’umanità per essere stata capace di insediarsi, in questo caso, in una laguna e di aver mantenuto questa convivenza per oltre 1500 anni.

Cavallino-Treporti fa parte di questo sistema lagunare, contribuisce a esprimere il valore culturale di Venezia ed è, pertanto, meritevole di salvaguardia e valorizzazione. Ricordiamo, inoltre, che Venezia ha rischiato più volte di finire nella Lista del Patrimonio Mondiale in Pericolo (WHLD), ossia la lista dei beni Unesco a rischio di espulsione dalla WHL perché, per vari motivi, le loro caratteristiche sono minate a tal punto da non soddisfare -o rischiare di non soddisfare- più i criteri per i quali erano stati selezionati. La causa che ha determinato tale deterioramento di Venezia è proprio il turismo di massa, che trovava uno dei maggiori colpevoli nelle Grandi Navi che fino a qualche anno fa salpavano dal Tronchetto, attraversando il Canale della Giudecca: un ulteriore ottimo motivo per vertere verso il turismo sostenibile, come testimonia la recente istituzione della Fondazione Venezia Capitale Mondiale della Sostenibilità.

Ora che abbiamo preso atto dei vari traguardi di sostenibilità ambientale che Cavallino-Treporti ha già raggiunto negli anni, possiamo proseguire analizzando le nuove iniziative che il comune sta prendendo avanzando nella stessa direzione: si tratta non soltanto di iniziative assunte

³⁰La World Heritage List (WHL) è la lista del patrimonio di siti ritenuti di “valore universale eccezionale” (*Outstanding Universal Value*) da un punto di vista culturale, naturale o misto. La sua Convenzione è stata ratificata il 16 novembre 1972 dalla Conferenza generale UNESCO con lo scopo di selezionare questi beni attraverso l’adozione di 10 criteri e salvarli. Al momento si compone di 1157 beni, distribuiti in 167 Paesi membri: l’Italia è tuttora il Paese che detiene il maggior numero di siti presenti nella WHL (58).

³¹www.patrimoniomondiale.it

dall'amministrazione, ma anche da operatori turistici, cittadini e altri stakeholder, a dimostrazione dell'esistenza di una vera e propria nuova prospettiva adottata dall'intero sistema destinazione. Questo capitolo è frutto di una serie di interviste e incontri con imprenditori locali, associazioni di categoria e membri della giunta comunale, che mi hanno inoltre fornito documenti e altro materiale per entrare dentro questa realtà; esso prenderà in esame, nell'ordine: il settore turistico *open air*, di cui Cavallino-Treporti è leader europeo; la Blue & Green Community, un'iniziativa di sostenibilità ambientale che abbraccia l'intera destinazione e vede la partecipazione di amministrazione, operatori turistici e cittadini; il progetto di destagionalizzazione turistica, a cui il comune sta lavorando allo scopo di garantire presenze turistiche distribuite lungo l'intero arco annuale; il comune ciclabile e la bandiera gialla, sopra menzionati; il caso studio di una struttura ricettiva all'aria aperta, il camping "Enzo-Stella Maris"; il rapporto tra l'agricoltura e il turismo sostenibile, e in particolare, vedremo come il turismo possa contribuire a sostenere questo settore in difficoltà; le attività di promozione e supporto del Parco Turistico; il coinvolgimento del cittadino nella realtà turistica di Cavallino-Treporti; infine, vedremo le proposte per migliorare la destinazione e la sua offerta e gestione turistica.

4.1. Capitale europea del turismo *open air*

Il turismo all'aria aperta (o turismo *open air* o *outdoor*) è una sotto-categoria turistica che, come il nome stesso suggerisce, privilegia il contatto con la natura e i grandi spazi aperti tramite attività come il campeggio, l'escursionismo, i tour in bicicletta, le passeggiate a piedi o a cavallo e il kayak. I luoghi ideali per praticarlo sono montagne, boschi, spiagge o zone desertiche, ed è quindi caratterizzato dalla connessione con la natura e da un ampio impiego di attività fisica.

Poiché prevede un contatto diretto con l'ambiente naturale a piedi o a bordo di mezzi dal basso o nullo impatto ambientale, l'*open air* si configura come una forma ideale di turismo sostenibile: esso infatti è basato sul godimento *lento* della tranquillità degli spazi verdi nel totale rispetto dei ritmi della natura, e quindi in completa contrapposizione all'irriguardoso e inautentico turismo "mordi e fuggi".

Inizialmente destinato a un target di nicchia, l'*open air* ha conosciuto un notevole sviluppo negli ultimi anni, riscuotendo sempre più successo anche nel nostro Paese.

Secondo un'indagine condotta da Enit³² e Human Company³³ in collaborazione con l'Istituto Piepoli di rilevazioni statistiche nel giugno del 2022, ormai 1 italiano su 5 sceglie l'*outdoor* in vacanza, con una predilezione per le località marittime: ad attrarre non sono solo i comfort e i servizi di una qualità sempre più all'avanguardia ma, a conferma di ciò che abbiamo visto nel Cap. 2, ad accrescere la propensione verso le vacanze all'aria aperta sono state la pandemia e, soprattutto, la crisi energetica: se infatti ora, grazie all'ampia campagna di vaccinazione condotta nell'ultimo biennio, il timore del contagio si è notevolmente affievolito, a preoccupare gli italiani nella programmazione dei propri viaggi sono l'inflazione e il caro carburante, visto che ben 7 di loro su 10 dichiarano di preferire questa nuova tendenza per motivi economici. Anche Faita-Federcamping³⁴ ha confermato un boom di presenze nei campeggi e villaggi turistici italiani nel 2022, stimando 10,7 milioni di arrivi per un totale di 73 milioni di presenze: un record che avrebbe permesso al settore di recuperare le decrescita registrata nei due anni precedenti.

4.1.1. I campeggi di Cavallino-Treporti

Dal punto di vista turistico, l'eccellenza di Cavallino-Treporti si esprime tutta nei suoi campeggi, settore che, come abbiamo visto, fin dal 1955 traina l'economia della località: di fatto, ciò la rende l'ideale per gli amanti della vacanza all'aria aperta che desiderino trascorrere un soggiorno di qualità; soprattutto, si tratta di un turismo sostenibile, *in primis* perché si è rivelato una strategia vincente persino durante la pandemia da Covid, ma anche perché si tratta di un turismo rivolto gran parte a famiglie e anziani, e quindi scelto, perché più rispettoso e durevole; infine, assume la nuova consapevolezza che il binomio sole e mare non è più sufficiente a soddisfare le esigenze del turista moderno, che nell'epoca del turismo globale si stacca dagli itinerari più frequentati per esplorare nuove realtà di nicchia.

I 29 campeggi di cui si compone l'offerta turistica di Cavallino-Treporti si estendono su ben 320 ettari di superficie di pineta, dove trovano luogo oltre 11.000 piazzole, 6.500 alloggi e 71.000 m² di parchi acquatici; oltre a ciò, si contano 53 accessi alla spiaggia, di cui 15 facilitati per persone con disabilità motoria e 4 spiagge *pet-friendly* per chi desidera godersi il sole in compagnia dell'amico a quattro zampe.

³²Oggi Agenzia Nazionale del Turismo, ha però mantenuto il vecchio nome di Ente Nazionale Italiano per il Turismo: è l'organismo che si occupa della promozione turistica dell'Italia

³³Gruppo toscano specializzato nel turismo outdoor, possiede campeggi e villaggi turistici situati sia in Italia che in altri Paesi europei

³⁴Federazione di categoria delle imprese ricettive all'aria aperta, di cui rappresenta e tutela interessi e diritti

Se la località è giunta a essere considerata la leader in Europa è stato grazie all'impegno costante e al progressivo miglioramento delle strutture, che nel tempo hanno puntato alla qualità dei servizi offerti, tanto da meritare un primato nella classifica stilata nel 2022 da ADAC Superplätze (Allgemeiner Deutscher Automobil Club), rivista tedesca dedicata agli appassionati campeggiatori e maggiore club automobilistico europeo che ogni anno premia le strutture di lusso all'aria aperta migliori d'Europa: una giuria composta da 40 esperti si reca nei camping di 8 diversi Paesi per valutarne quattro diversi parametri, Sostenibilità ambientale, Innovazione, Cambiamento demografico e Accessibilità, e assegnare infine l'Award se la struttura si rivela meritevole.

In una lista di 158 campeggi, seguita da Francia e Croazia, l'Italia si è aggiudicata il primo posto con 33 strutture premiate, di cui 12 sono situate a Cavallino-Treporti: un grande traguardo che appaga l'impegno nella qualità, che non è da intendere solo come elevamento degli standard, ma si esprime anche attraverso le scelte sostenibili in cui le strutture hanno deciso di investire: gli aspetti su cui si punta di più sono l'architettura eco-sostenibile, la riduzione delle emissioni e dei rifiuti in una prospettiva di economia circolare e il basso impatto ambientale, oltre a voler garantire il benessere e il rispetto della clientela quanto del personale.

Tra i punti forti del rispetto ambientale spicca la salvaguardia del patrimonio arboreo, dato che i campeggi sorgono nel mezzo delle pinete adiacenti il mare e sono quindi immersi nella vegetazione: al momento le strutture si impegnano nel mantenimento delle essenze arboree grazie all'aiuto di ditte specializzate e di esperti agronomi. La piantumazione è composta da specie autoctone, come l'oleandro e il pino domestico, in modo da rispettare gli equilibri naturali del luogo, mentre i trattamenti vengono prevalentemente effettuati servendosi di prodotti biologici e abbandonando progressivamente quelli chimici. A tutela del verde interviene anche la stessa architettura: per non disturbare il paesaggio si prediligono infatti costruzioni in linea con l'ambiente circostante e la cui altezza non superi mai quella degli alberi attorno.

La pianificazione architettonica sostenibile prevede anche il decentramento progressivo dei parcheggi all'interno della struttura ricettiva, in modo da confinarli in zone più marginali del campeggio: questo comporta numerosi benefici, dalla riduzione del traffico, e quindi alla maggiore sicurezza nella circolazione all'interno del camping, alla riduzione di emissioni di gas serra e dell'inquinamento acustico, così da garantire al cliente un soggiorno più sano e rilassato.

Le unità abitative, dal canto loro, sono progettate secondo il criterio "Design for Disassembling", ossia per evitare l'occupazione del suolo grazie alla loro natura rimovibile: il prototipo di unità abitativa presente nel camping è la casa mobile, una piccola abitazione provvista di ruote per poterne facilitare il trasporto una volta completato il suo ciclo di vita; queste strutture sono sempre più adeguate ai moderni standard sia ambientali, essendo talvolta programmate con la domotica o

con altri strumenti che permettono il risparmio energetico, che solidali, grazie alla progettazione che permette l'accessibilità anche alle persone affette da disabilità motoria.

Il cliente amante del campeggio vero e proprio, invece, si recherà col proprio camper, roulotte o campeggio e potrà soggiornare in una delle apposite piazzole, che lascerà libera al termine della vacanza. Oggi, quando si tratta di ampliare l'estensione della struttura ricettiva, l'obiettivo non è quello di inserire sempre più piazzole o altre unità abitative, ma anzi di ridurne il numero per renderle più spaziose: è una sorta di "eredità" lasciata dai tempi della pandemia, che si è però tradotta in un incentivo per aumentare la qualità del servizio.

Non va dimenticato che quello di Cavallino-Treporti è un turista selezionato: scegliendo di trascurare la clientela "mordi e fuggi" e il turismo basato sulle "4 S" (si veda Cap. 1), la destinazione ha puntato da sempre sul target delle famiglie e, negli ultimi anni, su quello degli anziani, visto che il turista medio dei campeggi di Cavallino-Treporti si reca in struttura da tre generazioni.

Un turismo così bene scelto, dunque, ha bisogno di un'offerta sempre più mirata e personalizzata sulle esigenze del target a cui è rivolto, attivando così un processo di fidelizzazione della clientela, che apporta benefici nel presente, ma soprattutto nel futuro.

4.1.2. Il Progetto Open Air 2030

Il turismo sta acquisendo un'importanza sempre maggiore nell'economia mondiale e le strutture ricettive all'aria aperta stanno a loro volta assumendo un peso sempre più significativo nel settore turistico.

Sulla linea degli obiettivi delineati dall'Agenda ONU 2030, FAITA Federcamping ha elaborato nel 2022 un progetto per le strutture turistiche *open air* per la valutazione della performance ESG, dall'inglese "Environmental", "Social" e "Governance", e quindi per poter esaminare e gestire al meglio le proprie prestazioni, e soprattutto i loro impatti sulle tre sfere della sostenibilità: ciò non è mirato soltanto ad adottare un approccio virtuoso nei confronti delle pratiche sostenibili, ma anche a sviluppare un migliore rapporto con i creditori (nella fattispecie delle banche), che ripongono una maggior fiducia nelle imprese che hanno una buona padronanza degli impatti ESG. Di qui la proposta di FAITA ai propri Associati di elaborare un piano per implementare le buone pratiche di sostenibilità e sviluppare nuove strategie per migliorare l'efficienza delle pratiche ESG, così da apportare benefici in primis alla struttura ricettiva, ma anche al territorio in cui si trova e alla comunità a cui appartiene.

I principali attori coinvolti nel progetto sono, oltre a FAITA, la Banca Intesa San Paolo, IMQ e Ambiente Srl, società di *counseling* nell'ambito energetico e della sostenibilità il cui principale compito è stato quello di elaborare un rating efficace per la valutazione delle prestazioni ESG delle strutture ricettive, e 10 strutture turistiche *open air* che facessero da campione nel progetto, di cui due presenti a Cavallino-Treporti.

Il Processo di misurazione ha previsto due principali strumenti: uno di misurazione, cioè il questionario di Assessment elaborato su misura delle strutture associate di FAITA, e un Audit, ovvero un sopralluogo effettuato direttamente nella struttura; esso si è articolato in 4 fasi fondamentali:

- Definizione questionario ESG, caratterizzata dallo studio del contesto e la ricerca di indicatori che lo definiscano, sulla cui base si costruisce il questionario ESG;
- Progetto Pilota, che ha visto il coinvolgimento di 10 strutture ricettive all'aria aperta distribuite tra la costa adriatica e il Lago di Garda;
- Verifica e risultati: dopo aver ricevuto i questionari compilati, i membri di IMQ e Ambiente hanno svolto l'audit attraverso una visita diretta nella struttura: i risultati sono stati resi pubblici al congresso "Il turismo *open air* – il nuovo scenario economico per le imprese" nel maggio 2023;
- Protocollo ESG: i risultati sono stati presentati alle strutture per elaborare gli *step* successivi.

Gli indicatori individuati per la creazione del questionario hanno mirato a gettare le basi per un futuro fondato sulle pratiche virtuose, motivo per cui sono stati definiti dei *benchmark* che saranno di riferimento per le strutture per giudicare il proprio livello di maturità circa la sostenibilità; 6 sono dunque i criteri presi in considerazione per adottare un'ottica di valutazione a 360 gradi degli impatti sulle strutture ricettive: aspetti legali e di Governance, per verificarne la legittimità e il rispetto dei valori etici; energia, in quanto efficienza degli impianti e capacità di produzione di energia rinnovabile; circolarità, per quanto riguarda il ciclo di vita dei rifiuti; terra, aria e acqua, e le relative politiche ambientali adottate per limitare gli impatti su questi tre elementi; benessere, felicità e salute, a tutela dei diritti della persona; educazione e mobilità, per monitorare la soddisfazione del cliente e il rapporto con lui instaurato, oltre alla promozione della mobilità sostenibile.

Ad ognuno di questi parametri sono associati degli indicatori, cui viene attribuito un punteggio di 3 diversi gradi di maturità a seconda del rispetto degli standard stabiliti: non conforme, se la struttura non rispetta i requisiti di base imposti dalla legge e va incontro a sanzioni e rischi giudiziari; conforme, quando la struttura rispetta la normativa legale, ma l'impegno nei confronti dell'ambiente, della società e dei diritti umani è, tutto sommato, ancora inconsistente e fatuo, più

improntato ai costi da sostenere che a un vero interesse verso la sostenibilità; oltre la conformità, quando invece la struttura fa propri i principi della sostenibilità e persegue la causa con impegno e dedizione.

Al settore turistico *open air* vengono riconosciute grandi potenzialità per promuovere lo sviluppo sostenibile, in quanto i campeggi possono avviare politiche di sostenibilità per limitare gli impatti ambientali, dal riciclo dei rifiuti al design eco-sostenibile delle unità abitative, al contenimento del consumo delle risorse idriche, all'adozione di fonti di energia rinnovabile; sono inoltre un ottimo promotore dell'economia locale, attraverso la vendita di prodotti e assunzione di personale locale, e della cultura, grazie all'opera di comunicazione e sensibilizzazione verso la clientela. I punti forti del settore sono certamente il contatto diretto con la natura, benefico per la salute sia fisica che mentale, e che privilegia il mantenimento della biodiversità grazie a un'accurata e necessaria manutenzione del verde; si rileva inoltre che sempre più strutture stanno investendo nell'adozione di fonti di energia rinnovabile e nelle azioni di contrasto al consumo dell'acqua: alcune delle strutture analizzate hanno investito addirittura nella rigenerazione boschiva, sfruttando delle piccole aree incolte, mentre una struttura presente sul Lago di Garda ha avviato un programma di piantumazione di essenze mediterranee e di erbe aromatiche rese a disposizione dei clienti, oltre a due prati fioriti atti ad attrarre le api e altri insetti impollinatori.

Da questo primo progetto sperimentale emerge la figura di un settore all'inizio del proprio cammino di transizione ecologica e che si adopera ad attuare iniziative ambientali molto interessanti; tuttavia, la strada da percorrere è ancora lunga e la valutazione ESG può rappresentare un ottimo incentivo per accelerare il percorso verso la sostenibilità a 360 gradi: il primo passo da compiere in questo senso è certamente quello di rafforzare quegli elementi che sono emersi come più fragili durante la valutazione generale, mentre attraverso gli audit di verifica sarà possibile verificare la progressiva evoluzione sostenibile delle strutture.

4.2. La Blue & Green Community

Blue & Green: i colori in cui si trova immerso Cavallino-Treporti; Community: un sistema di valori e obiettivi condivisi da un'intera comunità. Sono questi i concetti chiave alla base della Blue & Green Community, un progetto ambizioso che desidera fare di Cavallino-Treporti, che già da tempo si distingue per le sue pratiche sostenibili, una destinazione sostenibile a 360°, coinvolgendo amministrazione, operatori turistici, abitanti e altri stakeholder locali.

Si tratta di un'iniziativa ideata dall'amministrazione di Cavallino-Treporti in collaborazione con l'Hospitality Team, una società di consulenza strategica per imprese turistiche, a cura della dott.ssa Lara Citon e dell'avv. Daniela Dall'Igna, che mi hanno fornito il materiale per questo paragrafo, ed è inoltre finanziata dal Parco Turistico di Cavallino-Treporti; ma la Blue & Green Community nasce soprattutto da una nuova sensibilità collettiva, che desidera una crescita sostenibile del territorio a livello globale: siamo un comune turistico, e pertanto essa diventa anche uno strumento di visibilità e marketing; tuttavia, non si ferma alla mera dimensione turistica: l'obiettivo è infatti che ogni aspetto della località abbracci la sostenibilità, in quanto, molto semplicemente, un'offerta turistica non può essere sostenibile se si sviluppa in un territorio che sostenibile non è, e il turista sarebbe il primo ad accorgersene.

Il coinvolgimento di amministrazione, imprese turistiche, la comunità locale e gli altri stakeholder mette in evidenza la missione della Blue & Green Community: l'adozione di una prospettiva visionaria, un progetto che sia partecipativo e partecipato, in ottemperanza ai principi dell'Agenda 21, già affrontata nel capitolo 2. Una delle raccomandazioni principali del documento, infatti, è che lo sviluppo della sostenibilità non debba essere un'imposizione che arriva dall'alto, ma che al contrario veda la compartecipazione di tutti gli stakeholder che compongono una società, in modo che sia una scelta consapevole e condivisa.

4.2.1. Il quadro normativo di riferimento

La Blue & Green community trae certamente ispirazione dalle conferenze sullo sviluppo e sul turismo sostenibile e i relativi documenti che ne sono emersi, ma lo stesso Codice Etico di cui si è dotata dichiara che i documenti in cui i suoi principi affondano le radici sono i seguenti: la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo e del Cittadino (10 dicembre 1948); il Patto Internazionale relativo ai diritti Economici, Sociali e Culturali (16 dicembre 1966); la Convenzione sulla Protezione del Patrimonio Mondiale Culturale e Naturale (16 novembre 1972); la Dichiarazione di Manila sul Turismo Mondiale (10 ottobre 1980); la Dichiarazione di Rio de Janeiro sull'Ambiente e lo Sviluppo (13 giugno 1992); la Convenzione sulla Biodiversità (6 gennaio 1995); l'Agenda strategica del Consiglio europeo (20 giugno 2019).

C'è però un documento nella cui cornice la Blue & Green Community si inserisce, ed è l'Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, affrontata in una sezione appositamente dedicata, il paragrafo 4 del capitolo 2, in cui abbiamo inoltre analizzato il suo rapporto col turismo sostenibile.

Come quindi sappiamo, i 17 *goals* di cui si compone l'Agenda ONU 2030 non abbracciano solo una sfera puramente ambientale, ma si estendono anche alle altre due dimensioni della sostenibilità, ossia economia e società.

Tuttavia, il Codice Etico dichiara che i SDGs a cui la B&G Community si ispira direttamente sono 11: sono gli obiettivi 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, per la cui definizione si rimanda al paragrafo 2.4.

L'Italia ha sviluppato la propria strategia nell'ambito dell'Agenda ONU 2030, nella cui orbita si articola la B&G Community: si tratta della *Strategia Nazionale di Sviluppo Sostenibile (SNSvS)*. Approvata dal CIPE (Comitato Interministeriale per la Programmazione Economica) con Delibera n. 108/2017, è un provvedimento su base triennale che “*definisce il quadro di riferimento nazionale per i processi di pianificazione, programmazione e valutazione di tipo ambientale e territoriale per dare attuazione agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030 delle Nazioni Unite*”³⁵. Deve raccordarsi con il PNRR e più generalmente con il Documento di Economia e Finanza (DEF), nonché con gli obiettivi già esistenti e vincolanti a livello comunitario.

La rigenerazione equa e sostenibile dei territori, la mobilità e coesione territoriale, la transizione energetica, la qualità della vita e l'economia circolare sono le 5 macro-aree in cui la Strategia 2017-2030 si suddivide, ponendo sempre al centro la persona; 5 sono anche le sue aree di intervento, che corrispondono alle “5P” dello sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 (si veda cap. 2.4), che a loro volta comprendono tutte e tre le dimensioni della sostenibilità.

Essa è la base per la creazione di un nuovo modello economico circolare, a basse emissioni di gas serra, resiliente ai cambiamenti climatici e agli altri cambiamenti globali.

Per quanto invece riguarda la Regione Veneto, essa ha sviluppato la propria *Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile*, divenuta un riferimento per “*per istituzioni, comunità territoriali, rappresentanze della società civile, imprese e cittadini al fine di creare una regione più inclusiva, attenta allo sviluppo economico compatibile con l'equilibrio sociale e ambientale*”³⁶.

La Strategia Regionale individua 6 macro-aree, associate a loro volta a specifiche linee di intervento, valide anche per la B&G Community.

Sono state declinate sui rispettivi ambiti:

- 1) per un sistema resiliente: rendere il sistema più forte e autosufficiente;
- 2) per l'innovazione a 360 gradi: rendere l'economia e l'apparato produttivo maggiormente protagonisti nella competizione globale;
- 3) per il ben-essere di comunità e persone: creare prosperità diffuse;
- 4) per un territorio attrattivo: tutelare e valorizzare l'ecosistema socio-ambientale;

³⁵www.agenziacoesione.gov.it

³⁶2030: la Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile, Regione Veneto

- 5) per una riproduzione del capitale naturale: ridurre l'inquinamento di aria, acqua e terra;
- 6) per una governance responsabile: ripensare il ruolo dei governi locali anche attraverso le nuove tecnologie.

4.2.2. I tavoli tematici

Nel corso dell'autunno 2021 sono stati organizzati alcuni tavoli tematici che hanno consentito di individuare i principali driver e le azioni da intraprendere per ognuna delle tematiche, ma anche per mettere in luce le sinergie fra le tematiche in questione.

Si trattava di incontri organizzati in sale piuttosto piccole, ma soprattutto erano aperti a chiunque: vi partecipavano, naturalmente, i referenti del progetto, ma anche le imprese, le associazioni di categoria locali, il singolo cittadino e assessori di altri comuni, che potevano parlare liberamente delle loro iniziative e portare le loro idee. Da lì, si è poi avuta l'idea di organizzare delle serate appositamente dedicate nella cornice del Patentino dell'Ospitalità per l'anno successivo.

I temi principali attorno a cui si sono svolti questi tavoli sono 6: lo sviluppo sostenibile delle imprese e della rete, il turismo sostenibile, il disegno territoriale, la sostenibilità culturale, il demanio come risorsa da tutelare e l'importanza dell'inclusività sociale.

Vediamo nel dettaglio come si sono svolti nell'ottica di definire meglio il piano della B&G Community.

TAVOLO 1: SVILUPPO SOSTENIBILE DELLE IMPRESE E DELLA RETE: *il valore del capitale umano: l'importanza di fare rete tra imprese e categorie per cogliere le opportunità del territorio nella nuova programmazione europea, del PNRR e dei fondi integrati.*

Si tratta di fare "squadra" fra pari, anche se concorrenti, per risolvere le problematiche e arrivare a coinvolgere l'intero territorio, il quale deve essere a misura sia di ospite che di residente.

Molta importanza è attribuita al settore agricolo, che deve essere opportunamente valorizzato attraverso il recupero dei terreni, il supporto alle imprese nella vendita dei prodotti locali e nell'applicazione della sostenibilità.

Unitamente a quanto detto su, bisogna impiegare uno sforzo per migliorare il territorio e la sua vivibilità, in termini di:

- produzione di energie alternative e utilizzo di strutture aziendali per realizzare impianti fotovoltaici al fine di evitare il consumo di suolo;

- collaborazione con gli istituti di credito che forniscano prodotti specifici per settori diversi (in particolare per quello agricolo);
- formazione delle nuove generazioni nei confronti del territorio e dei suoi valori, che se ne fanno così portatori per trasmetterlo all'ospite; in particolar modo, sia residenti che turisti vanno educati alla raccolta differenziata e al risparmio e riciclo idrico;
- promozione del territorio e delle produzioni locali, valorizzandoli attraverso la creazione di percorsi del gusto;
- investimento in nuove attività e innovazione del prodotto consolidato.

Questo tavolo tematico mette al centro la valorizzazione antropica (in quanto la laguna e il resto del territorio sono in larga misura frutto del lavoro umano) e la collaborazione delle varie reti, impegnate in uno sforzo comune per ottenere un bene comune.

TAVOLO 2: TURISMO SOSTENIBILE: *l'importanza di investire nella formazione per promuovere un benessere generale: accoglienza, promozione e formazione i fattori fondamentali.*

Vediamo nel dettaglio questi tre fattori:

- **Accoglienza:** il turista che arriva a Cavallino-Treporti deve immergersi nella sua realtà e entrare a farne parte, non sentirsi semplicemente un “numero”; va perciò offerto un prodotto che vada al di là della semplice vacanza “sole e mare”, puntando a creare itinerari dedicati allo *slow tourism*, valorizzandone la storia, la cultura e l'unicità;
- **promozione:** è complementare all'accoglienza e deve partire dal residente; occorre innanzitutto creare un'identità della destinazione, separata sia da Venezia che da Jesolo. Per questo la comunicazione riveste un ruolo fondamentale nel creare il brand Cavallino-Treporti, incentrato sui suoi caratteri distintivi: l'immagine, il litorale, il turismo open air;
- **formazione:** il residente prende coscienza del territorio, sviluppando un senso di appartenenza e comunità; importante puntare sui giovani, facendo interagire scuole, aziende e istituzioni, poiché economia e istruzione sono le basi per il rilancio dell'economia locale;

Un turismo sostenibile è inoltre un turismo distribuito nell'arco dei 12 mesi, integrato con attività differenti, come quelle sportive: anche a detta delle ditte locali, la voga lunga e il cicloturismo possono essere la chiave per un'offerta *slow* e sostenibile e riavvicinare la comunità locale alle bellezze del posto. Inoltre, puntare sulla scoperta del territorio può creare una collaborazione fra aziende, come strutture ricettive, attività di *bike-sharing*, guide turistiche, ecc.

TAVOLO 3: DISEGNO TERRITORIALE: PROGRAMMI E SVILUPPI: *partecipazione e condivisione degli interventi sul territorio, il ruolo del Comune per la riuscita della sostenibilità ambientale ed economica del territorio, attraverso opere e servizi.*

Temi come la sostenibilità ambientale si intrecciano con l'economia del territorio, soprattutto attraverso interventi e servizi quali: la sicurezza idraulica, collegata alla pulizia dei fossi; l'agricoltura, insistendo particolarmente sul recupero dei terreni incolti e abbandonati; le sinergie con Veritas per smaltire i materiali consumati delle serre; la viabilità, sia interna che esterna: c'è bisogno di riorganizzare entrambe in modo sostenibile, privilegiando la creazione di percorsi ciclabili; sempre per restare in tema ciclabilità, è necessario creare servizi per favorirne l'attività, come fontane, punti di sosta e servizi igienici; decoro urbano: occorre una riqualificazione paesaggistica e una strategia che metta in rete enti pubblici e soggetti privati; sfruttamento di energie alternative, in particolar modo delle maree.

A tutto ciò si affianca un intervento che si rende ormai indispensabile: la sburocratizzazione delle azioni amministrative.

TAVOLO 4: SOSTENIBILITÀ CULTURALE: *attraverso la riscoperta delle radici comuni, valorizzare consapevolmente la cultura del territorio e l'ambiente.*

Oltre alla promozione, vale la pena spendersi in termini di reputazione: in aree fragili come il contesto in cui si sviluppa Cavallino-Treporti, il turismo va opportunamente gestito e controllato, per evitare che i turisti prevalgano sui residenti e che si crei conflitto fra le due categorie.

Occorre quindi: contingentare i flussi turistici per favorire la qualità dell'esperienza turistica piuttosto che la quantità delle presenze; educare il turista alla conoscenza e al rispetto verso il territorio che sta visitando; favorire la sostenibilità culturale, per avere consapevolezza di ciò che ci circonda; creare un rapporto fra tutte le risorse turistiche, dalle spiagge, ai forti, al borgo di Lio Piccolo, in modo tale che diventino un unicum per un'offerta turistica completa, lenta, rispettosa, interessata all'unicità dei luoghi visitati e ad aprire un dialogo con la comunità locale, che a sua volta deve imparare a raccontarsi.

Per riuscire in questo progetto, importante è anche rafforzare il rapporto con Venezia, di cui Cavallino-Treporti è la porta d'acqua, e con le infrastrutture culturali, come l'Università.

TAVOLO 5: DEMANIO RISORSA DA TUTELARE: *concessioni, sviluppo e investimento dei beni demaniali per una località accogliente e sicura.*

Come abbiamo visto nel capitolo sulla storia di Cavallino-Treporti (3.3), il demanio ha sempre rivestito un'importanza fondamentale nella località, dal momento che buona parte del territorio si trova sotto la sua giurisdizione.

Oltre all'annosa questione dell'estensione delle concessioni balneari al 2033, ne sono state delineate altre molto rilevanti, come le azioni da intraprendere per salvaguardare e proteggere il territorio, come la manutenzione ordinaria delle spiagge a carico degli enti pubblici e privati per migliorarne

la fruizione e metterla in sicurezza durante tutto l'anno, e la manutenzione straordinaria per opere consistenti come il ripascimento delle spiagge o progetti per la difesa della costa.

Anche in questo ambito si insiste sulla necessità di semplificare e sburocratizzare le procedure e la formazione/informazione di tecnici, personale e concessionari.

Infine, un'altra tematica affrontata è quella della necessità di evidenziare le tipicità delle altre forme demaniali; esiste infatti anche il Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio: sta all'amministrazione e ai soggetti effettuare investimenti per la gestione sostenibile di tali beni, che nel caso di Cavallino-Treporti si configurano, ad esempio, con le fortificazioni.

TAVOLO 6: L'IMPORTANZA DELL'INCLUSIVITÀ SOCIALE: *Territorio inclusivo, accessibile e integrato a 360°.*

Mai come dopo la pandemia ci si è resi conto dell'importanza dell'unità e della coesione, specialmente in momenti tanto critici. Una lezione tanto grande invita quindi a riflettere sul tema della comunità: l'impegno dovrà concentrarsi nell'esprimere i valori del territorio, il rapporto dell'uomo con la natura che lo circonda, il mutuo sostegno, la direzione verso una società più equa, aperta e inclusiva.

Il punto di partenza dei valori condivisi in questo tavolo tematico coincide con l'obiettivo 5 dell'Agenda ONU 2030: l'uguaglianza di genere. Perché non può esserci comunità e non può esserci valore se non ci sono pari diritti, se non si contrasta la violenza di genere e non si condividono le responsabilità familiari.

Il punto chiave è il "ben-essere" inteso nel senso pieno del termine, sia dal punto di vista economico, creando una prosperità diffusa, sia dal punto di vista sociale, per cui è determinante fornire sostegno al prossimo in caso di necessità. Socialità, ambiente ed economia sono i tre punti fondamentali della vita comunitaria, perché in una comunità ciascuno ha certamente una responsabilità verso se stesso, ma anche verso gli altri: la persona viene messa al centro, motivo per cui viene promossa una spinta verso il cambiamento culturale e la concretizzazione in azioni mirate alla protezione.

In sintesi, la domanda che la comunità di Cavallino-Treporti deve porsi è: dov'è, dove vuole arrivare e come deve fare per arrivarci. È necessario, quindi, adattare la realtà a chi ha delle difficoltà, estendere l'accessibilità a tutti, fare rete fra enti.

Il territorio esprime già molte iniziative nell'ambito sociale, tuttavia non mancano i punti di debolezza su cui è doveroso lavorare, come l'inclusività verso le minoranze etniche presenti, i punti chiusi di aggregazione giovanile, la scarsità di volontari o la trasmissione delle tradizioni: è chiaro che il perfetto interlocutore sono i giovani, la cui sensibilizzazione verso tali tematiche deve iniziare a scuola.

Importante è la creazione di spazi condivisi: un ottimo punto di partenza se si vogliono perseguire gli obiettivi individuati, creare sinergie, empatia e punti di riferimento.

4.2.3. *Il Codice etico, il Manifesto, il Questionario*

Come già anticipato, terminata l'esperienza dei tavoli tematici nell'autunno 2021, che hanno dato un esito più che positivo, l'anno successivo Hospitality Team e amministrazione hanno lavorato per organizzare delle serate a tema inserite nel quadro del Patentino dell'Ospitalità, iniziativa che approfondiremo nell'ultimo paragrafo, dedicato al coinvolgimento della comunità.

Nel frattempo, la Blue & Green Community si è dotata di un Codice Etico e di un Manifesto: il primo, che nella propria presentazione afferma la necessità di un codice etico come principio morale e deontologico, individua il riferimento normativo della Blue & Green Community nell'Agenda ONU 2030 (e, di conseguenza, nella SNSvS e nella *Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile*) e stabilisce i valori, gli obiettivi, i destinatari e le norme adottate per adempiere la propria missione. Ad oggi, è stato emesso ma deve ancora avvenire la vera e propria adesione: l'idea è che, in futuro, chiunque sia interessato possa aderirvi su base volontaria, nella speranza di riuscire col tempo a stimolare sempre più soggetti.

Per quanto invece riguarda il Manifesto, nella prima parte riprende i principi espressi nel Codice Etico, mentre nella seconda illustra brevemente i temi trattati durante i tavoli tematici del 2021, le 6 macro-aree in cui si suddivide la Strategia Regionale e, per ognuna, stila una lista di proposte da parte della Blue & Green Community per perseguire gli obiettivi elencati, in modo tale da mostrare un piano d'azione coeso e coerente.

Tornando agli incontri organizzati a partire dall'autunno 2022, si è trattato di tre tavole rotonde aperte alla partecipazione di chiunque: la prima, tenutasi l'8 novembre, è stata focalizzata sulla sostenibilità economica a Cavallino-Treporti, la seconda sulla sostenibilità ambientale e la terza e conclusiva, tenutasi il 23 gennaio 2023, sulla sostenibilità sociale. Durante ognuno di questi incontri è stato proposto un questionario da compilare alle imprese, finalizzato a valutare le misure di sostenibilità adottate da ciascuna struttura ricettiva, ma anche a stimolare il livello di *engagement* dei partecipanti al progetto della B&G Community; esso è inoltre disponibile sulla sito internet del comune.

L'obiettivo è, naturalmente, coinvolgere sempre più aderenti, fino a che si compia la vera e propria missione del progetto, ovvero raggiungere una sostenibilità a 360 gradi della destinazione Cavallino-Treporti. Non a caso, una delle iniziative a cui si sta lavorando è, per chi aderisca al protocollo del Codice Etico, fissare degli specifici obiettivi e affiancarvi un sistema di

rendicontazione articolato in diversi indicatori di sostenibilità per misurare le proprie azioni e valutarne gli impatti: ciò non varrebbe soltanto per le strutture ricettive, ma per l'intera destinazione, così che il turista possa vederlo applicato in tutto il territorio.

Tale sistema di rendicontazione si basa su numerosi criteri, tra cui le politiche del GSTC (*Global Sustainable Tourism Council*), organizzazione priva di scopo di lucro che raggruppa più organismi nel mondo e stabilisce i criteri di sostenibilità che sono tenute a rispettare le imprese di viaggio e turismo: di essa parleremo più avanti nel paragrafo 4.5, dedicato al Camping Enzo Stella Maris, primo camping in Italia ad aver ottenuto la certificazione GSTC.

4.3. ComuneCiclabile FIAB

Per sapere com'è nato il progetto di rendere Cavallino-Treporti ComuneCiclabile FIAB mi sono rivolta alla dott.ssa Lisa Targhetta, assessore allo Sport e alle Politiche giovanili: questa breve introduzione è infatti frutto del nostro incontro.

All'inizio del primo mandato del sindaco Roberta Nesto, la giunta ha iniziato a domandarsi quali fossero i punti forti e le criticità di Cavallino-Treporti: tra le criticità, certamente spiccava la forte stagionalità dell'offerta turistica, con le ricadute sul territorio che già conosciamo; per il futuro, però, si desiderava da un lato arricchire l'offerta turistica, dall'altro garantire una qualità di vita ai residenti, ma soprattutto restituire loro il territorio, in modo che potessero riscoprirlo e goderlo appieno.

Per quanto riguarda il turismo, l'amministrazione si è resa conto che investire sulla ciclabilità sarebbe stato molto conveniente per svariati motivi, tra cui uno molto semplice: il turista medio che da tanti anni frequenta Cavallino-Treporti è per eccellenza un amante della bicicletta: da sempre, infatti, questo turista "sportivo" vi si reca in macchina con le bici attaccate sul tettuccio, pronto per esplorare la località su due ruote. Il nuovo progetto per sviluppare una nuova offerta di cicloturismo partiva quindi con un grosso vantaggio, trovando il perfetto interlocutore in un turista che era già fidelizzato da tempo.

Durante il primo mandato, dunque, fu "innescato il motore" del progetto, mentre è nel secondo che si è iniziato a lavorare per concretizzarlo. Prima di allora esisteva soltanto una pista ciclabile degna di essere definita tale, ovvero quella che percorre in lungo Via Fausta da Punta Sabbioni a Cavallino, lunga 15 km; ad oggi, prosegue la costruzione della ciclabile a sbalzo sulla laguna di Via Pordelio e si è investito tanto sulla ciclabilità da arrivare ad avere ben 65 km di percorsi ciclabili, con l'obiettivo finale di arrivare a collegare l'intero territorio.

La pandemia ha giocato un ruolo fondamentale nella virata in questa direzione, come nel caso di Lio Piccolo: attualmente non c'è ancora una pista ciclabile che lo colleghi al resto del comune, ma è stato aperto a pedoni e ciclisti grazie alla ZTL proprio nel 2021, quando in seguito alla riapertura dopo il *lockdown* l'area aveva iniziato a essere invasa dalle auto, che spesso non sostavano nemmeno, ma si limitavano a giungere alla piazzetta, per poi fare retromarcia e tornare indietro, creando solo congestione e caos per niente. L'idea è stata perciò quella di contingentare le presenze per rendere accessibile la visita soltanto a chi fosse veramente interessato a conoscere Lio Piccolo. L'introduzione della ZTL ha creato non pochi problemi con la comunità residente, che lamenta il fatto che il turista spesso non si renda conto che ZTL non significhi "area pedonale", e che quindi il residente debba poter circolare con la propria auto senza rimanere imbottigliato in quello che si trasforma in un vero e proprio traffico di pedoni. Tuttavia, i benefici sono stati notevolmente superiori ai disagi, specialmente in un contesto delicato come quello in cui Lio Piccolo è immerso, tant'è vero che la ZTL è attualmente valida in bassa stagione, ovvero dal 1° settembre al 30 giugno, ma si sta lavorando per estenderla ai 12 mesi.

Il cicloturismo, oltre a essere di per sé un turismo rispettoso e a basso impatto ambientale, possiede anche un'altra chiave per lo sviluppo del turismo sostenibile, che ci ricollega a uno degli argomenti introdotti all'inizio: la destagionalizzazione. Il cicloturismo, infatti, difficilmente può essere praticato nei mesi più caldi dell'anno, mentre si rivela adatto alla primavera e l'autunno, in cui le temperature sono più miti. Ciò vale soprattutto per il turista straniero, mentre al turista proveniente da luoghi più vicini è possibile praticarlo tutto l'anno: dopo il Covid, infatti, si è assistito a un numero crescente di "ciclisti della domenica", in arrivo da Treviso e zone contigue: complice è anche la *Green Way*, la famosa pista ciclabile che, costeggiando il fiume Sile e la laguna, collega Cavallino a Caposile, Quarto d'Altino e la città di Treviso in un itinerario completamente immerso nel verde.

Lungo il comune sono stati stanziati tre "conta-biciclette": si tratta di sensori che vengono posizionati in determinati punti di accesso alla località (in questo caso sul ponte di Cavallino, in Via Fausta e sul Pordelio) per tenere conto di quanti effettivamente vi giungono in bicicletta e quanti invece la trasportano arrivando con l'auto.

L'obiettivo è, naturalmente, far in modo che sempre più persone arrivino direttamente con la bici, ma per farlo è necessario favorire ciascuno perché possa essere in grado di organizzare il proprio viaggio direttamente da casa e con sempre più agilità: è per questo che ad oggi si stanno iniziando a intercettare alcune app, come ad esempio "komoot", un'app molto popolare in Germania che permette di pianificare il proprio itinerario generando percorsi specifici per lo sport desiderato: questa è esattamente la tipologia di target che si vuole attirare, amante della natura, attento all'ambiente e curioso delle peculiarità locali.

4.3.1. La bandiera gialla FIAB:

F.I.A.B., nato come acronimo di Federazione Italiana Amici della Bicicletta, ma dal 2019 convertitosi in Federazione Italiana Ambiente e Bicicletta, è un'organizzazione ambientalista fondata nel 1989 con sede a Milano che promuove l'uso quotidiano della bicicletta e il cicloturismo per proteggere l'ambiente e contrastare la crisi climatica³⁷.

Tra le sue principali tematiche, infatti, troviamo:

- il ciclismo urbano, incoraggiando l'impiego della bici come mezzo per contrastare la produzione di CO₂, favorire la salute (combattendo le malattie cardiovascolari, l'obesità e lo stress) e la socialità;
- il cicloturismo, individuata come pratica antitetica al turismo di massa, e quindi rispettosa e capace di contribuire al supporto delle piccole economie locali;
- il Centro Studi FIAB, un club di professionisti esperti della mobilità ciclabile, il cui compito è ideare progetti e pubblicare dati e documenti tecnici sulla materia in questione;
- relazioni istituzionali e advocacy, in quanto l'organizzazione si rivolge alle pubbliche istituzioni perché prendano provvedimenti per incentivare l'uso della bicicletta e migliorare la qualità della vita nei contesti urbani;
- bambini e ragazzi: tra le numerose iniziative di FIAB ci sono quelle rivolte ai giovani che coinvolgono direttamente le scuole, come il "Progetto Scuola" o eventi come il Bicibus o il Bike to School;
- la comunicazione, atta a promuovere la mobilità ciclabile (sia in contesti quotidiani che turistici) e a supportare gli enti locali e le associazioni amiche nella realizzazione delle attività in questione.

Non è finita qui, perché FIAB si fa promotrice anche di numerosi eventi, rivolti sia ad adulti che a bambini, e iniziative, raggruppate in quattro macro-gruppi: il cicloturismo, le aziende e i comuni.

Le iniziative riguardanti il cicloturismo si suddividono in:

- Bicitalia, una rete cicloturistica sovraregionale e di collegamento con i paesi di confine, basata su EuroVelo, un progetto che si propone di sviluppare ciclovie che permetta di attraversare l'Europa da nord a sud e da est a ovest e di cui FIAB è coordinatore nazionale³⁸: da qui l'idea di collegare l'Italia intera attraverso itinerari cicloturistici per

³⁷www.fiabitalia.it

³⁸www.fiabitalia.it

valorizzare il territorio grazie alla mobilità sostenibile: al momento Bicalitalia conta 20 itinerari distribuiti lungo le 20 regioni italiane, per un totale di 20.000 km di ciclovie;

- Biciviaggi, basata sulla concezione che il “viaggio naturalistico” non sia necessariamente all’insegna dell’avventura e degli sport estremi, e quindi sul proposito di renderlo alla portata di tutti: è inoltre un modo per sostenere FIAB e la ciclabilità italiana;
- Albergabici, un servizio il cui compito è quello di individuare e segnalare le strutture ricettive più adatte alle esigenze dei ciclisti, così da rendere disponibili informazioni di difficile reperimento per chi pratica il cicloturismo; il servizio si integra inoltre con Bicalitalia, così che il cicloturista possa individuare le strutture più adatte a lui lungo i 20 itinerari;
- Andiamo in bici, servizio che elenca tutti gli eventi organizzati da FIAB Onlus, dalle 140 organizzazioni socie e dai T.O. che lavorano nell’ambito del cicloturismo: non si tratta solo di viaggi ed escursioni, ma anche di fiere, convegni e altri incontri di carattere formativo, stimolando l’aspetto sociale;
- Ciclovie AIDA, progetto FIAB Onlus inserito nel programma Bicalitalia con lo scopo di collegare le città dell’Italia settentrionale utilizzando per buona metà itinerari già esistenti o in fase di realizzazione.

Tra le iniziative rivolte alle aziende, troviamo invece:

- CIAB, o Club delle Imprese Amiche della Bicicletta, che si occupa di mettere in evidenza le aziende (ma anche enti pubblici, singoli professionisti, cooperative ecc.) che hanno a cuore la mobilità sostenibile su due ruote e che collaborano con FIAB Onlus per sviluppare progetti comuni;
- La certificazione FIAB Azienda Bike Friendly, concessa ad aziende sensibili alla tematica ambientale e che abbiano promosso l’utilizzo della bici tra i propri dipendenti; tali aziende possono raggiungere tre diversi standard a seconda del loro impegno: bronzo, argento od oro;

Infine per quanto riguarda i comuni, esiste la già citata bandiera gialla “Comuni Ciclabili FIAB”, mirato a incoraggiare le amministrazioni locali all’adozione di politiche *bike-friendly*: ad oggi, Cavallino-Treporti ne è in possesso.

Per ottenere la certificazione, il comune interessato contatta FIAB e chiede che il proprio territorio venga esaminato e valutato perché ne attesti il grado di ciclabilità: è dunque necessario che il comune soddisfi almeno uno tra i seguenti requisiti: a livello di infrastrutture, deve possedere ciclabili urbane e un indice di motorizzazione contenuto; in campo turistico, deve possedere un buon livello di cicloturismo, governance o comunicazione.

La valutazione FIAB rilascia un punteggio che va da 1 a 5 “bike-smile” apposti sulla bandiera a seconda dei requisiti soddisfatti: Cavallino-Treporti ha ottenuto ben 5 “bike-smile” grazie al suo

basso indice di traffico urbano, di cui è complice anche l'offerta ricettiva: infatti, dal momento che i camping (soprattutto quelli più grandi, dalle 4 stelle in su) possiedono al loro interno molte attività, non è necessario che questi esca dal campeggio per soddisfare i propri bisogni: è molto più probabile che lo faccia per scoprire il territorio di fuori, che certamente preferisce esplorare a bordo della bicicletta.

Una volta rilasciata la bandiera gialla, FIAB procede a effettuare le sue valutazioni anche negli anni successivi per rinnovare la validità del riconoscimento: ciò diventa un incentivo per la località a mantenere inalterati i parametri che le hanno permesso di ottenere la certificazione.

4.3.2. La ciclabile a sbalzo sulla laguna

La pista ciclabile sulla laguna è una delle più ingenti opere che siano state avviate a Cavallino-Treporti, il cui scopo era sia quello di mettere in sicurezza Via Pordelio, sia di investire, come detto prima, sulla mobilità ciclabile.

Via Pordelio è una parallela di Via Fausta che collega Punta Sabbioni a Cavallino ed è la strada che percorre l'omonimo canale: si tratta di un canale navigabile che da sempre ha rappresentato un'importante via di comunicazione per Cavallino-Treporti, in quanto esso funge da collegamento con la laguna settentrionale; costeggia inoltre l'intero comune da ovest a est, collegando così il Canale San Felice (a Punta Sabbioni) con l'ultimo tratto del Sile prima di giungere alla foce; in largo, invece, separa il Litorale da Treporti e Saccagnana.

Si tratta quindi di un itinerario molto suggestivo da percorrere in bici, potendo così godere della vista della laguna lungo tutto il percorso.

Il costo complessivo per l'esecuzione dell'opera supera i 12 milioni euro, ed è volta alla riqualificazione non solo di Via Pordelio in sé, ma dell'intero paesaggio di Cavallino-Treporti in tutte le sue peculiarità: la nuova ciclabile è infatti studiata per integrarsi con gli altri percorsi ciclabili e con il contesto territoriale in generale.

I lavori per realizzare la pista ciclabile sono iniziati nel dicembre 2019, con una durata stimata di 1597 giorni. Essa si estende per circa 7 km, 2 dei quali sono stati realizzati sul sedimento stradale, mentre per gli altri 5 è stata costruita una struttura a sbalzo di metallo dalla larghezza di circa 3 m: ciò ne fa la pista ciclabile a sbalzo più lunga d'Europa.

L'esecuzione dei tratti di pista direttamente sulla strada è stata possibile grazie alla larghezza sufficiente della carreggiata, ma sono stati progettati soprattutto per mantenere le concessioni per l'attracco dei natanti, particolarmente numerose nella zona di Ca'Savio e Ca'Vio, essendo dei centri abitati: tali tratti sono stati creati con un ulteriore strato di cemento misto a ghiaia e dalla

pigmentazione colorata; per permettere ai ciclisti di correre agevolmente nei tratti realizzati sulla carreggiata è stato inoltre introdotto un limite di velocità di 30 km/h per i mezzi, oltre ai numerosi dossi rallentatori.

La struttura a sbalzo viene sospesa anche nei tratti adiacenti alle piarde, ossia i punti di osservazione panoramica, per assicurare un percorso più sicuro e lineare in loro corrispondenza.

La struttura a sbalzo si è infatti rivelata una grossa sfida sia dal punto di vista della progettazione che della sua concreta realizzazione a causa dei molti divieti introdotti per rispettare la peculiare condizione paesaggistica di Cavallino-Treporti.

Il progetto ha preso in considerazione tre principali obiettivi:

- collegare la nuova struttura a sbalzo alla struttura di fondazione sotto la strada di Via Pordelio, senza però interferire col muro di marginamento che attraversa;
- costruire una struttura a moduli che permetta di svolgere un'adeguata manutenzione della parte in metallo della struttura a sbalzo;
- costruire la parte in metallo con norme edificatorie a basso impatto ambientale.

Se gli ultimi due obiettivi sono diretti ad assicurare la messa in sicurezza della struttura e la sua buona collocazione nel contesto lagunare circostante, il primo è invece volto a vincolare gli altri due, così da garantirne la buona riuscita: la costruzione del muro di marginamento risale infatti agli anni '60-'70, per questo il progetto ha fatto in modo di evitare ogni interazione con la struttura a sbalzo sia in fase esecutiva che di messa in esercizio dell'opera, preferendo collocare la base di appoggio sotto la strada, e quindi alle spalle del muro.

Infine, per completare l'opera, non potevano essere trascurate le piarde su menzionate per permettere al ciclista di fare sosta e godere del panorama lagunare: sono in tutto tre, realizzate con un intervento costato 1 milione di euro. In esse è prevista la dotazione di parcheggio per le biciclette, convertendosi così in interscambio tra queste ultime e i trasporti pubblici, colonnine per ricaricare le bici elettriche, panchine e raccoglirifiuti, fontanelle e aree verdi complete di alberi per favorire l'ombreggiatura e vegetazione autoctona lagunare accompagnata da impianti di irrigazione. I punti di sosta hanno inoltre la funzione di aumentare la sicurezza delle fermate dell'autobus, perché ognuna di esse sarà affiancata da un attraversamento pedonale con segnaletica orizzontale e tattile d'ausilio per i non vedenti, mentre la pensilina sarà collocata in modo da non disturbare il passaggio dei ciclisti.

Una delle aree di sosta più famose è certamente quella dove si trova la struttura a forma di cuore, ormai divenuta quasi un brand per la pista ciclabile di Via Pordelio, dove il ciclista può divertirsi a scattare delle foto. Come nelle altre aree di sosta, le panchine sottostanti sono dotate di prese elettriche e connessione wi-fi, così che il turista possa sedersi, mettere a ricaricare il cellulare dopo

la lunga pedalata, collegarsi alla rete e scattare una foto al meraviglioso paesaggio da caricare sui social: uno strumento di marketing da non sottovalutare.

4.3.3. *Atri percorsi ciclabili:*

Oltre alla suggestiva ciclabile a sbalzo sulla laguna, esistono altri quattro principali percorsi ciclabili proposti al cicloturista interessato a esplorare il territorio di Cavallino-Treporti con city bike, mountain bike o anche praticando il *nordic walking*:

- “Via delle tre acque”: lungo 13,8 km, di media difficoltà e sviluppato su un terreno misto: è stato così ribattezzato perché costeggia ben tre diverse “acque” presenti nel territorio, ossia il fiume Sile, il mare Adriatico e la laguna, in un itinerario che, partendo da Ca’Ballarin, procede per Via della Marinona a Cavallino, costeggiando poi il Canale Casson fino alle “chiuse” (delle conche di apertura sul medesimo canale) e un tratto del fiume, per ricongiungersi alla ciclabile di Via Fausta tramite Via Francesco Baracca, strade adiacenti alla costa.
- “Via degli orti della laguna”: percorso che ha inizio dal ponte di Treporti e prosegue verso nord in direzione della Saccagnana, Lio Piccolo e le Mesole, in un itinerario immerso nella storia, tra il centro storico di Treporti, il borgo antico del Prà, l’ex convento delle Mesole e Lio Piccolo (le cui origini risalgono all’epoca romana), e nella realtà agricola e lagunare, in un continuum di orti, campi, barene e valli da pesca.

La lunghezza è di oltre 25 km, di semplice percorribilità grazie al terreno interamente asfaltato.

- “Via delle fortificazioni”: itinerario prettamente storico-museale alla scoperta delle fortificazioni presenti sul territorio di Cavallino-Treporti, risalenti al periodo della dominazione austro-ungarica fino alla fine della prima guerra mondiale: vi troviamo, tra gli altri, il Forte Vecchio, la Batteria Amalfi e la Batteria Pisani, da anni riqualificata e convertita in un museo della Grande Guerra.

È anch’esso un percorso facile in quanto si articola su terreno asfaltato, per una lunghezza complessiva di 15 km.

- “Via del tramonto”: come il primo, è un percorso ad anello, che parte da Ca’ Savio e, tramite la strada che costeggia le spiagge, procede verso Punta Sabbioni fino al Lungomare Dante Alighieri e San Felice, da cui è possibile ammirare Venezia, l’opera ingegneristica del Mose, l’isola di Sant’Erasmus e, poco distante, l’isola di Burano. Prosegue poi lungo Via degli Armeni, adiacente al tratto occidentale del Canale Pordelio, per poi tornare verso il centro di Ca’ Savio.

È un percorso più breve dei precedenti, lungo 12 km, ma ugualmente interessante.

4.4. La destagionalizzazione turistica

4.4.1. Il grande problema dell’alta stagionalità:

Abbiamo preso visione del Rapporto del TSG pubblicato nel 2007 nel Cap. 2.3, dedicato allo sviluppo del concetto del turismo sostenibile nell’Unione Europea: tra le principali sfide che il Rapporto individua nell’implementazione delle pratiche sostenibili, al primo posto troviamo il ridimensionamento della stagionalità dell’attività turistica. Come visto, anche nel Cap. 1.3, la forte stagionalità è uno dei maggiori impatti negativi generati dal turismo, i quali si riflettono soprattutto sulla dimensione economica, provocando disagi come lo sfruttamento e la precarietà: se i flussi si concentrano, nella maggior parte dei casi, tra maggio e ottobre, raggiungendo i picchi più alti nei mesi di luglio e agosto, significa che chi trova impiego nel settore turistico si ritrova a essere disoccupato per metà dell’anno; inoltre, dal momento che il turismo rappresenta per determinate località il maggiore bacino per l’occupazione, le imprese dispongono di un’ingente forza lavoro, e a possono quindi creare le condizioni lavorative per loro più favorevoli, che vanno però a scapito del lavoratore.

A soffrire dell’elevata stagionalità sono naturalmente le località che dispongono di risorse turistiche fruibili durante una stagione in particolare, come quelle sciistiche e quelle balneari, piuttosto che destinazioni come le città d’arte.

Appare chiaro, dunque, che per allungare la stagione turistica occorra creare nuove risorse da sfruttare durante la cosiddetta “bassa stagione”: ci si riferisce, ad esempio, all’organizzazione di eventi, che portano notevoli afflussi nella destinazione e contribuiscono inoltre a incrementarne la notorietà; occorre poi diversificare l’offerta turistica valorizzando altre risorse che sono state trascurate in favore della risorsa primaria, come aree naturali e rurali, agriturismi o il patrimonio storico-culturale e antropologico; tutto ciò deve essere promosso e comunicato attraverso

un'adeguata campagna di marketing, che sappia far conoscere le risorse meno note al pubblico e conferire una nuova identità alla destinazione, che non sarà più limitata a quella di mera località balneare: in questo modo sarà possibile anche attirare nuovi mercati turistici, puntando su clienti che viaggiano in altri periodi dell'anno.

Nel caso di Cavallino-Treporti, il turismo da sempre subisce l'impennata nei mesi più caldi, in particolar modo nel trimestre di giugno-luglio-agosto, mentre le presenze si abbassano nelle mezze stagioni, per poi azzerarsi quasi completamente nella stagione invernale: il normale ciclo di vita della stagione lavorativa di una località balneare.

Tuttavia, come spiegatomi dall'Assessore al turismo Alberto Ballarin, durante la stagione 2022 è stato registrato dall'amministrazione locale un fenomeno insolito: secondo i dati derivanti dal calcolo della tassa di soggiorno, che i campeggi forniscono al comune mensilmente, è apparso un numero più alto rispetto alla media, e ciò non si riferisce soltanto al fatto che il 2022 ha rappresentato l'anno record per le presenze dei campeggi, perché la novità risiede proprio nel fatto che l'incremento delle presenze si è verificato nei periodi di aprile-maggio e di settembre-ottobre, ossia mesi non connessi alla balneazione; per quanto riguarda il mese di settembre, le presenze sono risultate essere addirittura il doppio rispetto a quelle del 2000.

Tutto ciò è stato reso possibile grazie a un'intensa opera di promozione del territorio e la valorizzazione di altre risorse di cui Cavallino-Treporti dispone, in particolare lo sport e il turismo all'aria aperta, soprattutto attraverso la ciclabilità, e il suo patrimonio storico: l'obiettivo è, oltre all'ampliare la stagione turistica, comunicare all'ospite che Cavallino-Treporti non offre solo una vacanza all'insegna del sole e del mare, ma che ha una sua identità culturale, preferibilmente da scoprire attraverso una fruizione sostenibile.

4.4.2. La valorizzazione storico-culturale:

Poiché la ciclabilità e i suoi effetti benefici sulla destagionalizzazione sono già stati a parte nel paragrafo precedente, in questo paragrafo analizzeremo la parte della valorizzazione storico-culturale di Cavallino-Treporti operata negli ultimi anni.

È purtroppo opinione comune del turista che luoghi di mare o di campagna siano luoghi senza storia e senza cultura, poiché esse sono caratteristiche tendenzialmente attribuite a destinazioni come le città d'arte; avviene quindi una sorta di "stereotipizzazione" delle destinazioni turistiche, ognuna rappresentata solo ed esclusivamente dalla risorsa che maggiormente attira i flussi turistici: questo è solo uno degli impatti sociali negativi che si ripercuotono su un territorio quando non è adeguatamente promosso e, di conseguenza, conosciuto.

Le risorse storico-culturali sul cui recupero Cavallino-Treporti ha maggiormente investito negli ultimi anni sono stati i suoi edifici militari e il borgo di Lio Piccolo.

Il progetto di valorizzazione degli edifici militari ha un nome e un'identità: Via dei Forti. Si tratta della creazione di un itinerario tematico attraverso la formula del museo diffuso, che porta il turista a scoprire la realtà storica delle fortificazioni costruite nel Litorale tra il 1845 e il 1915 a difesa di Venezia da qualsiasi minaccia esterna.

L'impegno verso questo progetto risale alle prime amministrazioni autonome di Cavallino-Treporti. Il nodo centrale del museo diffuso è il Museo Batteria Pisani, creato a partire dal recupero dell'omonima batteria risalente alla prima guerra mondiale: nel settembre del 2004 la Protezione Civile effettuò nella struttura una prima operazione di pulizia, mentre due anni dopo una bonifica della zona circostante a cura dell'Associazione culturale *Il Piave 1915-1918* rinvenne numerosi reperti risalenti a entrambe le guerre mondiali. Ottenuta la concessione della Batteria Pisani e della Batteria Amalfi da parte del comune nel biennio 2014-2015, fu avviata la vera e propria opera di restauro a partire dal 24 maggio 2016: la spesa complessiva fu di 3 milioni, a cui contribuirono sia il Comune che la Regione, che in onore del centenario della Grande Guerra stanziò dei fondi dedicati per la riqualificazione storica del patrimonio inerente al conflitto.

Per le tempistiche partì un *countdown* di un anno, entro il quale le opere avrebbero dovuto essere ultimate: la sfida fu vinta, perché nel luglio 2017, a un anno dall'inizio dei lavori furono consegnate le chiavi del museo per aprirlo al pubblico.

È stato progettato per essere un museo con delle peculiarità, a cominciare dalla finalità didattica: al suo interno sono infatti disposte diverse esposizioni di oggettistica con annessa spiegazione per permettere al visitatore di ricostruire con facilità la storia della Batteria e della vita in trincea: ogni esposizione tratta una tematica diversa, dal sistema difensivo di Cavallino-Treporti, alla sanità, alla Marina militare, fino alle stesse armi utilizzate durante il conflitto. Seguono poi un'area interattiva, dov'è possibile esplorare le vicende della Grande Guerra nel Litorale attraverso foto, letture e molto altro grazie all'ausilio di uno schermo, e un'area virtuale, dove l'ologramma dell'ammiraglio P. Thaon de Revel racconta le imprese e dei soldati italiani in mare; infine, "Arti e il tesoro della Batteria" è un percorso che si rivolge al pubblico dei più piccoli unendo gioco e apprendimento. Il museo organizza anche mostre temporanee o permanenti e attività e visite culturali da poter effettuare sia da soli che accompagnati da un esperto: in estate sono rese disponibili su prenotazione anche visite in gruppi di almeno 10 persone in lingua inglese o tedesca, così da coinvolgere anche il turista curioso di conoscere la storia del territorio. Molta attenzione si rivolge ai più giovani attraverso l'organizzazione di laboratori per scuole elementari e medie e i centri estivi, entrambe le iniziative in collaborazione con la Cooperativa Sociale Itaca; vi sono poi le visite guidate per i

gruppi di scolaresche, un tipo di target che, per la natura stessa dell'attività scolastica, può essere reperito nei mesi di bassa stagione o addirittura in quelli invernali.

Oltre alla Pisani, sul territorio di Cavallino-Treporti sono presenti altre tre batterie, costruite per creare un sistema a difesa della costa in caso di attacco navale; vi sono poi ben 14 torri telemetriche, la cui funzione principale era di calcolare le distanze per centrare il bersaglio; forti, polveriere, caserme e bunker completano il cerchio di edifici militari disseminati lungo il Litorale. Come visto nel capitolo precedente, il museo diffuso ha un percorso ciclabile appositamente progettato per permettere al visitatore di raggiungere facilmente tutte le fortificazioni, e soprattutto per trasmettergli l'idea di quel sistema difensivo che caratterizzò Cavallino-Treporti negli anni tra le guerre d'indipendenza la prima guerra mondiale, e, cosa più sorprendente, senza il quale Venezia sarebbe stata spazzata via.

L'altra risorsa su cui l'amministrazione di Cavallino-Treporti sta concentrando gli sforzi al momento è Lio Piccolo, un piccolo borgo antico situato nella zona settentrionale della laguna. Oltre ai due edifici storici presenti nel borgo, vale a dire la chiesa di Santa Maria della Neve e Palazzo Boldù, entrambi risalenti al Settecento, il paesaggio in cui Lio Piccolo è immerso diviene un'ulteriore attrattiva turistica, essendo facilmente percorribile in bicicletta e rappresentando inoltre un'oasi per l'avifauna lagunare, che lo rendono un paradiso per gli amanti del birdwatching.

Come accennato nel paragrafo relativo alla ciclabilità, Lio Piccolo ha da anni puntato alla mobilità sostenibile, da quando nel 2021 l'amministrazione l'ha dichiarato Zona tutelata a rilevanza urbanistica (ZTRU): ciò significa che durante l'alta stagione, quindi dal 1° giugno al 30 settembre, dalle ore 7.00 fino alle 18.30, l'accesso al borgo è consentito a bordo di mezzi motorizzati solo a cittadini residenti e ai turisti che abbiano prenotato qualcuna delle attività praticabili nell'area, mentre a tutti gli altri è consentito accedervi solo a piedi, in bici o, come già sperimentato, col trenino elettrico, così da non recare disturbo né agli abitanti del luogo né alla fauna locale.

Il turismo che il comune conta di attirare per Lio Piccolo è di tipo culturale, sempre inserito nella più ampia cornice del turismo *open-air*, che non si limita alla vacanza in campeggio, ma ricerca piuttosto un turismo di tipo esperienziale, alla scoperta del territorio in tutte le sue peculiarità.

A questo proposito è stato avviato un progetto chiamato "Tavolo Lio Piccolo", che impegna associazioni e categorie diverse nel piano comune di riqualificazione storico-naturalistica del borgo: per il recupero degli edifici storici sono state effettuate le dovute analisi e inoltre aperta la *partnership* con la Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio per il Comune di Venezia e Laguna, con una spesa prevista di 5 milioni.

Un'importante collaborazione si è avviata anche col Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università Ca'Foscari di Venezia, che questo luglio, per il terzo anno consecutivo, ha intrapreso

un'opera di scavi archeologici subacquei in quella che ora è nota come "Villa Romana di Lio Piccolo" sotto la guida del Prof. Carlo Beltrame.

Gli scavi rientrano nella cornice del *PNRR CHANGES, Spoke 1 Historical landscapes, traditions and cultural identities*, realizzati dal Comune di Cavallino-Treporti con l'appoggio dell'Assessorato alla Cultura; già lo scorso anno l'opera ha riportato alla luce una vasca risalente al 1° secolo d.C. adibita alla conservazione delle ostriche vive, insieme ad altri materiali che rappresenterebbero i resti di un'antica villa romana. Una volta terminati gli scavi, il prossimo passo sarà quello di applicare strumenti di realtà aumentata, così da rendere l'esperienza di visita più suggestiva.

Il progetto ha prodotto molti appuntamenti culturali, tra eventi e mostre, che cercano di coinvolgere tanto il turista quanto il cittadino nella scoperta del passato storico: è questo solo uno dei tanti modi in cui Cavallino-Treporti sta cercando di comunicare al pubblico e promuovere le nuove iniziative finalizzate a destagionalizzare l'offerta turistica.

La promozione è il secondo *step* della messa in valore delle risorse alternative, cosicché si riesca a informare un numero sempre maggiore di persone interessate a conoscere la destinazione da un altro punto di vista: nel caso di Cavallino-Treporti, questo aspetto è curato *in primis* dal Parco Turistico, principale partner del Comune di cui ci occuperemo nel paragrafo 4.7; tuttavia, i canali di promozione di cui la destinazione usufruisce sono molteplici, dal sito internet ai media più tradizionali.

Sul sito www.visitcavallino.com, pagina internet ufficiale della località, è disponibile una sezione dedicata alle attività praticabili in bassa stagione, dalla visita ai forti, ai borghi, al birdwatching, alle escursioni in bicicletta.

Per quanto riguarda le riviste, sono state in molte a pubblicare articoli a proposito di Lio Piccolo e le altre risorse recentemente riscoperte: non si è trattato solo di giornali a tema viaggi, come "VeraClasse", "Bell'Italia" e "Dove Viaggi", in quanto anche giornali rivolti ad altri tipi di pubblico, come "Io Donna", hanno dedicato uno spazio al fenomeno emergente, per non dimenticare le grandi testate nazionali come "Repubblica", il "Corriere della Sera" e altri ancora.

La promozione televisiva resta per il momento ancorata ai canali di trasmissione locali, come "Antenna3" e "Telechiara" attraverso il programma "Racola". Da non dimenticare il servizio realizzato dalla Rai a dicembre 2022 sul "presepe in acqua", eretto cioè nel bel mezzo della laguna.

4.4.3. Intervista all'Assessore al Turismo Alberto Ballarin:

I. Parliamo di destagionalizzazione turistica. Come si sta muovendo l'intero Comune di Cavallino-Treporti in questo senso?

“L'idea è essenzialmente quella di modificare la redistribuzione dei flussi turistici lungo l'arco dell'anno: non si cerca più di aumentare le presenze numeriche durante i mesi di alta stagione, in cui il Comune è già messo sotto sforzo, bensì di collocarli nei mesi meno frequentati, così da avere una concentrazione meno intensa e, soprattutto, una stagione lavorativa più lunga: per farlo è necessario effettuare una grande opera di promozione e puntare a nuovi target turistici per la bassa stagione, e quindi ai turisti del fine settimana, alle scolaresche e le altre comitive; la Pasqua è un periodo su cui bisogna concentrare molti sforzi.

Non è solo l'amministrazione a lavorare perché ciò avvenga attraverso la valorizzazione delle risorse culturali e la promozione, ma anche le stesse imprese turistiche: se fino a quindici anni fa la struttura restava aperta appena 4 mesi l'anno, adesso ci sono strutture che tengono aperto anche per 7 mesi, e c'è addirittura chi ha già provato a lavorare tutto l'anno, ottenendo risultati incoraggianti: ciò comporta benefici non solo per le aziende, ma soprattutto per il lavoratore, che può finalmente sperare di lavorare di 12 mesi l'anno, e quindi per l'intera comunità.”

II. Quali sono le principali sfide che possono ostacolare questo progetto di destagionalizzazione turistica?

“La prima sfida riguarda certamente l'organizzazione delle strutture turistiche: i nostri camping sono attrezzati per l'estate, ma non per l'inverno, in quanto alloggi e bagni pubblici in genere non sono dotati di riscaldamento né si dispone di aree di svago alternative come una piscina riscaldata; inoltre, durante l'inverno il cliente preferisce soggiornare in alloggio piuttosto che in roulotte, e non abbiamo una capienza sufficiente a soddisfare la domanda. Tuttavia è evidente che alcune strutture si stanno muovendo in questa direzione, adottando case mobili ed erigendo nuove costruzioni adeguate alle stagioni più fredde.

La seconda sfida riguarda la sfera della sicurezza, che si intreccia a un altro tema per cui Cavallino-Treporti, come gli altri comuni del G20S³⁹, si batte da tempo, ovvero l'ottenimento dello status di “città balneare”: si tratta di piccoli comuni la cui popolazione residente non supera i 15.000 abitanti, ma che d'estate arrivano ad avere dalle 80 alle 100.000 presenze giornaliere, e tuttavia la quantità di servizi disponibili, dalle forze dell'ordine a quello sanitario, rimane immutata rispetto all'inverno: questi comuni, detti “a fisarmonica” per la forte oscillazione delle presenze tra una stagione e

³⁹Il G20Spiagge è la rete nazionale delle destinazioni balneari con almeno 1 milione di presenze turistiche: ne fanno parte 20 comuni italiani da Nord a Sud per confrontarsi e affrontare le sfide lanciate nel settore

l'altra, si rivolgono pertanto a Roma per ricevere più risorse per affrontare la stagione turistica. Ciò vale anche per i grandi eventi, come lo spettacolo pirotecnico del "Beach on Fire", quando è necessario chiedere l'aiuto della protezione civile dei comuni limitrofi, perché le nostre sole forze non sono sufficienti a gestire una concentrazione così alta di persone.

Se si riuscisse a destagionalizzare il turismo, le risorse in questione dovrebbero essere garantite per un periodo ben più lungo, e non è così semplice. Ma ci stiamo lavorando.

L'ultima sfida riguarda invece la preparazione del territorio di Cavallino-Treporti al di fuori dalle sue strutture turistiche, perché non ha senso che i camping restino aperti se il resto delle attività della destinazione sono chiuse."

III. A tal proposito, che ruolo giocherà il territorio intero di Cavallino-Treporti nella destagionalizzazione?

"Un ruolo fondamentale. Tanto per cominciare, come appena accennato, è necessario che le attività esterne allunghino i periodi di apertura, perché se vogliamo che il turista venga a trovarci in bassa stagione e che esca dal campeggio per esplorare il territorio, deve poter disporre degli stessi servizi che incontra d'estate.

Il secondo punto è la messa in valore di tutte le risorse presenti nella destinazione, progetto a cui l'amministrazione sta lavorando da tempo: la promozione del turismo alternativo si focalizza principalmente sullo sport e il turismo *open air*, non più inteso come turismo praticato meramente nelle strutture all'aria aperta, ma esteso a tutto il territorio della destinazione: questo perché il nostro obiettivo non è semplicemente allungare la stagione turistica, ma è appunto quello di *destagionalizzare* il turismo, e quindi creare un'offerta turistica ampia e variegata di cui il turista possa usufruire tutto l'anno. Per realizzare questo progetto c'è bisogno di un intenso lavoro di squadra, che vede partecipi l'amministrazione, l'organismo di gestione turistica, l'associazione di categoria dei campeggi e tutti quanti gli *stakeholder*, fino al singolo cittadino.

Stiamo parlando, in sostanza, di una vera e propria trasformazione del territorio, un processo che non avviene certo da un giorno all'altro, ma che deve essere inteso come un percorso verso cui indirizzare il nostro futuro: Cavallino-Treporti non sarà più solo una località balneare, ma una località *open air*, dove si potranno praticare attività in laguna, escursioni in bicicletta e scoprire il passato storico della destinazione.

Tutto questo dovrà altresì saper essere adeguatamente raccontato: a questo proposito intendiamo arricchire anche la formazione del personale che lavora nelle attività turistiche: una receptionist non dovrà più saper solo effettuare un check-in, ma essere preparata sul territorio per saperlo raccontare al cliente. È questa la sostanziale differenza fra la promo-commercializzazione, che si limita alla

vendita di un prodotto, e la promozione vera e propria, che punta invece alla notorietà, e vuole far conoscere il territorio al cliente invece di tenerlo rinchiuso all'interno del camping.

Come si può vedere, si tratta di un lavoro di squadra, che va dalla giunta comunale, all'imprenditore, al lavoratore dipendente, ma è una strategia vincente: come dico sempre, è nel momento in cui riesci ad accordare tutti che ottieni una melodia.”

4.5. Il camping Enzo Stella Maris: la sostenibilità al primo posto

“Il concetto di ospitalità, oltre a essere un vero e proprio pilastro valore per noi, è interpretato, nel suo senso più ampio e autentico, come un donare e un ricevere reciproco, una generosità nell'accogliere e nel concedere un proprio spazio, ossia un vero proprio incontro tra coscienze che ogni giorno dà una nuova occasione per riscoprire il rapporto con nuovi territori e nuove persone”⁴⁰ – Mattia Enzo, Camping Enzo Stella Maris

Da queste parole di Mattia Enzo, direttore del camping Enzo Stella Maris, emerge chiaramente l'importanza che la sostenibilità riveste nella gestione della struttura ricettiva.

Ma prima, entriamo nel contesto.

Il Camping Enzo Stella Maris si trova in Via delle Batterie n. 100, in località Ca'Pasquali, a circa 600 m dall'eco-centro.

Fu aperto nel 1967 dai fratelli Gino, Marcello e Abbondio Enzo, e dal 2015 ha aggiunto la meritata quinta stella.

Essendo un 5 stelle, quindi, si tratta di un camping piuttosto grande e capiente, esteso su una superficie di circa 80.000 m² e con una capacità ricettiva di 1450 persone: di questa superficie, 50.000 m² sono occupati dal parco giochi col laghetto e 1.300 dal parco acquatico.

Per quanto invece riguarda le unità abitative, conta 38 bungalow in muratura, 66 maxicaravan, 300 piazzole ombreggiate, con ben 200 m² di fronte mare.

Piazzole, maxicaravan, bungalow, appartamenti e residence sono dotati di tutto l'occorrente, dai servizi igienici al collegamento wi-fi, a cui eventualmente si aggiungono altri servizi per chi non voglia farsi mancare nessun comfort durante la vacanza. Inoltre, le 4 principali categorie di servizi costruite più di recente sono posizionate in modo che il cliente possa raggiungerli in breve tempo: l'acqua calda è erogata 24 ore su 24 e sono completi di bagno per disabili, fasciatoio, docce chiuse e lavanderia.

⁴⁰enzostellamaris.com

Sempre quest'anno il camping Enzo ha ottenuto il premio ADAC Superplatz dall'omonimo club tedesco, che viene rilasciato solo ai campeggi valutati con almeno 4 punti su 5 nelle seguenti categorie: servizi igienici, gestione delle piazzole, attività commerciali e organizzazione dei servizi per l'intrattenimento e il tempo libero.

Infine, il camping nel 2022 è stato valutato da Caravaning, una nota rivista diffusa in Germania per gli appassionati del turismo *open air*, tra i 10 migliori camping italiani.

Per quanto riguarda le attività praticabili all'interno del campeggio, oltre al parco acquatico e al parco giochi immerso nel verde, sono naturalmente presenti attività di ristoro, commerciali e di intrattenimento; da non dimenticare infine le feste in spiaggia e gli spettacoli pirotecnici che vengono organizzati di frequente.

Il Camping Enzo Stella Maris può vantare molti premi: quest'anno ha ottenuto una nomination tra i primi 10 migliori camping europei per trascorrere una vacanza al mare in famiglia da parte del Tour Club "ANWB camping", la più grande associazione dei Paesi Bassi impegnata in attività di servizio nell'ambito di mobilità e turismo.

È proprio nell'ambito della sostenibilità che Enzo Stella Maris ha ottenuto il riconoscimento più importante: la certificazione ambientale GSTC. Nelle prossime pagine approfondiremo la questione, per vedere come il camping si distingua per le sue pratiche sostenibili.

4.5.1. Sostenibilità a 360°:

Sul sito del camping Enzo S.M., nella sezione "Chi siamo" è presente una sottosezione interamente dedicata alla sostenibilità, a voler indicare come essa sia parte integrante della "personalità" stessa del campeggio; non solo, serve anche a comunicarlo direttamente all'ospite, in modo da "educarlo" ancora prima del suo arrivo e senza alcuno spreco di carta.

In questa sottosezione è possibile scaricare il report completo sulla sostenibilità, dove vengono elencati i principi e le pratiche sostenibili adottate dalla struttura.

Il motivo di questa spinta verso la sostenibilità mi è stata spiegata direttamente dal sig. Enzo, che ho avuto modo di incontrare poco prima dell'apertura della stagione: essa è per eccellenza il tema dell'attualità, non soltanto applicata al verde e all'aria aperta, ma intesa in senso esteso, soprattutto dal punto di vista sociale. Se già da sempre il direttore del campeggio aveva a cuore la sostenibilità, si è poi ufficialmente "convertito" dopo aver partecipato a un meeting a Stoccarda tenutosi prima della pandemia e uno organizzato da ADAC nel 2021: scoprendo così quanto la sostenibilità fosse importante nella scelta della vacanza, ha deciso di impegnarsi ancor più di prima nel perseguimento di tale obiettivo.

Ciò che si tiene infatti a specificare nel report è che la sostenibilità è intesa a 360°, in tutte e tre le sue declinazioni: ambiente, economia e società; per rendere questo possibile, il camping si basa su un approccio condiviso e integrato, i cui valori sono lo spirito di squadra, la trasparenza e il rispetto per la comunità e l'ambiente circostanti; non ultimo, ad animare la vocazione alla sostenibilità è un amore sconfinato per la componente paesaggistica di Cavallino-Treporti e per la natura, come testimonia la ricchezza di specie vegetali che popolano la pineta, in cui il campeggio è immerso. Per quanto riguarda la sostenibilità sociale, il camping intraprende diverse azioni per sostenere il territorio e la sua crescita, dall'assunzione di personale quasi esclusivamente locale e la scelta di fornitori principalmente locali e alla collaborazione con aziende della zona: una bella iniziativa di carattere sociale è ad esempio la collaborazione con "Ci siamo anche noi", un'associazione di Cavallino-Treporti impegnata a fornire supporto a persone con disabilità: ai ragazzi dell'associazione viene infatti assegnato il "compito" di assemblare il kit di benvenuto completo di strofinaccio e sacchetti per la raccolta differenziata che viene poi consegnato al cliente al suo arrivo per pulire la stanza e separare i rifiuti.

Delle iniziative di sostenibilità sociale fanno parte anche quelle mirate a valorizzare il patrimonio culturale, attraverso la promozione di visite ed escursioni presso siti di interesse storico, come la Batteria Pisani, poco distante dal camping, ma anche attraverso l'arredamento a base di produzioni dell'artigianato di Cavallino-Treporti e spettacoli che mettono in mostra la cultura del luogo.

Dal punto di vista ambientale, le iniziative sono molte, dall'uso di materiale non inquinanti, al limitato consumo di plastica, alla progressiva eliminazione dei fertilizzanti chimici, preferendo l'utilizzo di fitofarmaci biologici e prodotti eco-sostenibili per l'igiene, come stracci in microfibra e detersivi pre-dosati.

Ampia attenzione è rivolta al risparmio idrico ed energetico, sia per i costi sia come azione di contenimento dell'inquinamento: in questo un valido aiuto è fornito dalla domotica, che il camping Enzo Stella Maris è stato il primo in zona ad applicare: queste tecnologie permettono infatti di rilevare la presenza di finestre o porte aperte all'interno delle unità abitative e di disattivare automaticamente i flussi di corrente luminosa o elettrica, così come i sensori luminosi permettono di risparmiare energia limitando l'accensione delle luci; all'interno delle unità sono inoltre inseriti materiali isolanti per garantire l'isolamento termico ed evitare la dispersione energetica.

L'impianto di irrigazione in utilizzo nel camping è piccolo, tuttavia è stato dotato del sistema a goccia, che eroga quantità d'acqua molto limitate, minimizzandone il consumo. Agli strumenti, comunque, viene affiancata una sensibilizzazione del personale e della clientela circa il risparmio dell'acqua.

Vi sono poi misure adottate in contrasto alla produzione di CO₂ e al cambiamento climatico: l'incoraggiamento ad adottare una mobilità sostenibile, prediligendo la bici o i mezzi pubblici; il

monitoraggio sulle emissioni e sui processi di gestione del riciclo; la limitazione della contaminazione acustica, resa possibile sempre grazie alla domotica, ma anche all'impiego di macchinari e strumenti privi di motore, e quindi più silenziosi, e all'isolamento acustico di alcune unità abitative; la domotica è d'aiuto anche per controllare il risparmio luminoso, insieme all'impiego di altri mezzi, come le lampadine a LED.

Ma non finisce qui, perché il Camping Enzo Stella Maris ha dei progetti anche per il futuro prossimo: tra questi, troviamo un maggiore investimento nel settore fotovoltaico, un incremento delle misure già in vigore per quanto riguarda la lotta agli sprechi, il contenimento delle emissioni grazie alla depurazione arborea, ma anche un nuovo impegno nella creazione del brand "Made in Cavallino", promuovendo la vendita di prodotti artigianali e valorizzandoli sia sul piano nazionale che internazionale.

4.5.2. La policy aziendale e i 5 pilastri

Il camping ha stilato una propria policy aziendale in onore del 55° anniversario dell'apertura, ispirata ai 17 *goals* dell'Agenda ONU 2030, intesa a ridurre al minimo gli impatti ambientali dell'attività turistica, valorizzare la cultura e il territorio di Cavallino-Treporti, in modo da generare benefici per l'intera località sotto ogni punto di vista.

Di questa policy fanno parte tre vademecum:

- Vademecum per gli ospiti: il cliente intercettato negli anni dai camping è un cliente molto attento e rispettoso dell'ambiente: si può dire che siano stati proprio i turisti ad averci insegnato molto sulla sostenibilità, di cui la raccolta differenziata è solo un aspetto; tuttavia, come abbiamo visto nel Cap. 1 spesso in vacanza si tende ad adottare comportamenti "irresponsabili", motivo per cui è bene sorvegliare l'ospite durante il soggiorno e reindirizzarlo verso abitudini virtuose. Per farlo, è stata creata l'app "Enzo Stella Maris", così da rendere disponibile il catalogo evitando lo spreco di carta; da quest'anno, esso è scaricabile anche attraverso QR Code; tuttavia, non potendo eliminare completamente il formato cartaceo, è stato stampato utilizzando carta riciclabile.

Nel vademecum per gli ospiti vengono incoraggiati, nel seguente ordine: l'utilizzo di prodotti meno inquinanti possibile e riutilizzabili, l'acquisto di prodotti locali, il rispetto dell'ambiente e della fauna selvatica, la pratica della raccolta differenziata, il risparmio idrico, elettrico e luminoso (evitando, ad esempio, di lasciare luci ed elettrodomestici accesi quando non necessario) e la riduzione del consumo di plastica.

Al termine del soggiorno, ai clienti viene poi inviato un questionario dove risponderanno a domande relative alla sostenibilità, se credono di aver rispettato correttamente i suggerimenti dati dal vademecum, e se a parere loro ci sono aspetti che possano essere migliorati.

- Vademecum per i collaboratori: ai dipendenti del camping vengono proposte le raccomandazioni suggerite agli ospiti. Il camping adotta inoltre lo stesso modus operandi per ottenere un *feedback* sulle pratiche sostenibili adottate: organizza cioè diverse riunioni a cadenza regolare con i dipendenti chiedendo loro di valutare le proprie azioni intraprese in conformità del vademecum, rimanendo aperto a ogni nuova proposta di miglioramento. Oltre alle riunioni, il camping invita i dipendenti a seguire corsi di formazione, in presenza o virtuali, in particolar modo quelli dedicati al tema della sostenibilità.

Infine, è importante sapere che il camping Enzo si impegna a reprimere e combattere ogni forma di abuso nei confronti di minori, donne e le categorie più fragili.

- Vademecum per fornitori e gestori: oltre agli stessi consigli dati alle due categorie precedenti, il camping raccomanda caldamente ai gestori dei ristoranti e del supermercato di preferire l'acquisto di beni eco-sostenibili e riciclabili, limitare l'uso della plastica e cercare di ridurre al minimo gli sprechi idrici e alimentari: per perseguire quest'obiettivo, il camping organizza dei meeting per stimolare la consapevolezza nei propri collaboratori.

Nella scelta del fornitore, infine, una preferenza viene rivolta a chi manifesti attenzione al tema della sostenibilità.

Come già accennato, il Camping Enzo Stella Maris ha poi stabilito 5 pilastri della sostenibilità che caratterizzano la loro gestione:

1. Tutela dell'ambiente e amore per la natura, che si esprimono attraverso diverse azioni: la spiaggia viene ripulita ogni mattina da ogni rifiuto o residuo materiale, così da tutelare la biodiversità locale; ogni pianta viene curata secondo le proprie specifiche esigenze, e vengono inoltre intraprese azioni di contrasto alla crisi climatica, alla perdita della biodiversità e all'erosione dell'arenile, introducendo piante autoctone che riparano il retroduna.
2. Rapporto diretto col cliente: soddisfare le necessità dei clienti è per il camping una priorità, ed è anche per questo che hanno creato l'app, in modo che essi possano essere costantemente aggiornati sui vari servizi e altre valide informazioni: in questo il camping è riuscito molto bene, potendo contare su ben il 73% dei clienti fidelizzati.
3. Valorizzazione della destinazione e del territorio: oltre a essere membri del "Parco Turistico" di Cavallino-Treporti (di cui uno dei soci è Vicepresidente), il camping è molto impegnato in attività di valorizzazione e supporto alle economie locali, prediligendo l'acquisto di beni

prodotti in loco o nelle vicinanze, come l'olio prodotto nel Garda: un'interessante collaborazione sarà avviata con l'Azienda agricola Scarpi, di cui parleremo nel prossimo paragrafo.

Infine, sia clienti che dipendenti vengono incoraggiati a partecipare a escursioni e altre iniziative organizzate nel territorio, come gite in bicicletta o in laguna: a proposito di ciò, non è un caso che nel campeggio manchi un servizio di *bike-sharing*: questo perché nell'arco di 1 km vi sono due attività che forniscono questo servizio, e pertanto il camping ha scelto la collaborazione con le aziende esterne alla competizione, favorendo la crescita del territorio.

4. Coinvolgimento e formazione del personale: il camping si impegna ad assumere quasi esclusivamente personale del luogo: nel 2021, ad esempio, è riuscito ad assumere il 100% di dipendenti residenti a Cavallino-Treporti; tiene inoltre al fatto che il personale sia adeguatamente formato, invitandolo a partecipare ai vari patentini dedicati ai temi della sostenibilità, della conoscenza del territorio e della sicurezza.
5. Inclusione e accessibilità: due valori fondamentali per il camping, che ha provveduto a pavimentare le stradine per facilitare l'ingresso anche a persone con impedimenti fisici o altre difficoltà, ma anche a famiglie con bambini piccoli. Non solo, anche le unità abitative sono dotati di rampe d'accesso e sono presenti nel camping strutture di vario tipo d'aiuto per persone disabili, dalle rampe ai sollevatori.

4.5.3. La certificazione GSTC

Il Camping Enzo Stella Maris è stato il primo campeggio in Italia a ottenere la certificazione GSTC: ciò è accaduto nel 2022, raggiungendo così l'obiettivo di ufficializzare l'impegno nella sostenibilità. Il Global Sustainable Tourism Council è l'organismo internazionale e no profit di UNEP e UNWTO⁴¹, autorità nel campo della sostenibilità per il settore dei viaggi e del turismo: i Criteri da esso formulati sono lo standard di base per una gestione sostenibile che ogni impresa turistica dovrebbe far propria. Essi si ispirano a 4 specifici valori fondamentali: una pianificazione di sostenibilità efficiente, la massimizzazione dei benefici economici e sociali per le comunità locali, accrescimento del patrimonio culturale e riduzione degli impatti negativi sull'ambiente⁴². Formulati i Criteri, è stata varata l'adesione allo Standard-Setting Code dell'Alleanza ISEAL (International Social and Environmental Accreditation and Labelling), l'ente che si occupa di stabilire gli standard normativi internazionali nel campo della sostenibilità per qualunque settore.

⁴¹www.etifor.com

⁴²GSTC Hotel Criteria Versione 3, 21 dicembre 2016 con Indicatori di risultato raccomandati, p. 1

I Criteri subiscono un aggiornamento ogni 3 o 5 anni.

Tra i loro obiettivi rientrano:

- stabilire gli standard per i riconoscimenti di sostenibilità;
- stimolare le imprese ad adottare un approccio sempre più sostenibile;
- agevolare l'accesso a un mercato sempre più vasto, poiché la crescita dei prodotti sostenibili è in aumento, cosicché agenzie di viaggio e turisti siano orientati verso scelte di consumo sostenibili;
- aiutare il turista a individuare aziende e programmi sostenibili e responsabili;
- aiutare i media e gli altri mezzi di informazione a identificare i produttori di servizi sostenibili;
- fornire una base universalmente riconosciuta per i criteri sviluppati dalle certificazioni e altri enti di volontariato;
- fungere da punto di riferimento per iniziative di natura privata, governativa e non che intendano adottare un approccio sostenibile: ciò vale anche per gli enti educativi;
- fornire un esempio virtuoso che possa essere d'ispirazione.

Per poter decretare se un ente ha raggiunto o meno gli obiettivi di sostenibilità prestabiliti, è necessario applicare i Criteri e affiancarvi degli indicatori di risultato: i Criteri dovrebbero essere interamente applicati, tranne per qualche rara eccezione, che deve essere supportata da una valida ragione, come ostacoli di carattere ambientale o culturale o, come nel caso delle piccole imprese, per la limitatezza economica.

Gli indicatori di risultato fungono invece da convalida della conformità delle misure adottate rispetto ai Criteri.

La certificazione GSTC viene rilasciata per mezzo dell'ente certificatore Vireo, un'azienda che si occupa di trovare le migliori certificazioni ambientali presenti sul mercato internazionale⁴³: è accreditata da ASI (Assurance Services International), che funge da terza parte indipendente per GSTC, garantendo così l'attendibilità del marchio.

Una volta rilasciato, l'ente certificatore provvede a effettuare dei controlli periodici per assicurarsi che l'ente che ha ricevuto il riconoscimento, in questo caso la struttura ricettiva, non abbandoni le pratiche sostenibili ma che proceda anzi a ottimizzarle, così da garantire la credibilità della certificazione nel tempo.

⁴³vireosrl.it

Il questionario che viene sottoposto ai clienti al termine del soggiorno è parte della prassi imposta per il rilascio del marchio, per conoscerne il punto di vista ed essere aperti a qualsiasi nuovo suggerimento.

4.6. Il turismo sostenibile come supporto all'agricoltura

4.6.1. L'agricoltura a Cavallino-Treporti: cenni storici

L'agricoltura è certamente una delle attività tradizionali più importanti di Cavallino-Treporti e, fino a non molto tempo fa, uno dei suoi settori trainanti: può contare su aree coltivabili molto vaste, situate principalmente nella fascia territoriale compresa fra l'area demaniale e quella abitativa, e nella zona lagunare di Lio Piccolo e Mesole, indicata infatti come "Via degli orti della laguna" tra i percorsi ciclabili.

Le fonti storiche testimoniano origini molto antiche, risalenti al Cinquecento, quando la Serenissima concedeva i terreni di Lio Piccolo in coltivazione a mezzadria⁴⁴.

Il sistema della mezzadria sarebbe stato portato avanti nei secoli a venire: all'inizio del Novecento il terreno risultava suddiviso in tre grandi proprietà: la Congregazione dei padri armeni, la Società Agricola Bolognese (poi Società Agricola del Cavallino) e la famiglia Faifofer. Il quadro che ci restituisce quest'epoca non è dei migliori, tra fame, miseria e la continua lotta a malattie come la malaria e la pellagra. Frequente fu l'associazionismo fra agricoltori nel tentativo di ottenere condizioni migliori per la vendita presso il mercato di Rialto di Venezia, principale polo commerciale.

Durante la Grande Guerra il territorio fu trasformato, lasciando spazio alla militarizzazione, e facendo di Cavallino il centro della difesa contro l'esercito austriaco; crebbe la domanda di prodotti agricoli da distribuire al fronte, così come i furti e i saccheggi ai danni degli agricoltori. Finita la guerra, oltre al malcontento nei confronti delle condizioni di vendita a Rialto, si aggiungeva la preoccupazione per l'arretratezza dell'orticoltura praticata a Cavallino, che assisteva impotente alla crescente concorrenza della moderna orticoltura industrializzata.

Agli anni Venti e Trenta risalgono invece le opere di bonifica che, sotto il regime fascista, convertirono le aree paludose in terreni coltivabili, contribuendo anche a combattere il dilagare

⁴⁴Per "mezzadria" si intende un contratto agrario con cui il proprietario terriero (o concedente) e il coltivatore (mezzadro) pattuiscono di spartirsi gli utili e i prodotti dell'azienda agricola. Sviluppata nel basso Medioevo, il suo nome fa riferimento a un termine del tardo latino che significa infatti "colui che divide a metà".

della malaria: la prima opera risale al 1919, che bonificò la sacca lungo la diga esterna al porto di Punta Sabbioni mediante lo scavo di aree lagunari; nel 1921 fu invece istituito il Consorzio di Bonifica; nel 1930 iniziarono inoltre i lavori per la costruzione di Via Fausta allo scopo di unire Venezia a Cavallino, e lungo la quale vennero costruite delle case coloniche, inizialmente concesse a contratto di mezzadria e in seguito in affitto ai coltivatori; sempre in quegli anni iniziò anche la piantumazione della pineta per difendere le coltivazioni dall'aerosol marino.

Finita la seconda guerra mondiale, alcuni temi relativi alla frutticoltura ritornarono con più veemenza: la formazione professionale dei coltivatori, la lotta ai parassiti, la difesa dalle tempeste e la concimazione, che iniziava a farsi problematica per via della scarsità di stallatico; negli anni Cinquanta, inoltre, furono tenute delle manifestazioni per portare all'attenzione dei politici il tema dell'abolizione della mezzadria. Tuttavia, si avviava per Cavallino-Treporti una stagione più fiorente grazie all'adozione dei fertilizzanti minerali, dell'apertura ai mercati nazionale ed estero e, dal 1960, all'introduzione delle serre: gli anni Sessanta, furono, infatti, un decennio di sperimentazione di nuove colture. A convertire però definitivamente l'agricoltura di Cavallino-Treporti da frutticoltura a orticoltura fu la famosa alluvione del 1966: una drastica spinta alla realizzazione di un processo che sarebbe comunque avvenuto nel giro di qualche tempo. Accadde che mare e laguna non poterono più essere contenuti sotto la forza dell'acqua e del vento di scirocco, causando la devastazione delle colture: ciò ebbe però degli inattesi effetti positivi, innanzitutto con la riduzione dei costi di produzione e il miglioramento della qualità che influenzarono i consumi, dato che l'Italia era il secondo produttore mondiale di pesche dopo gli Stati Uniti; in secondo luogo, era chiaro che fosse inutile reimpiantare i pescheti sapendo che avrebbe potuto tornare verificarsi un altro disastro, anche perché si stimava che sarebbe stato possibile ricostruire i frutteti non prima di 7-8 anni: decisamente troppo tempo da attendere per gli agricoltori della zona, che provvidero invece ad abbandonare la frutticoltura in favore dell'orticoltura.

4.6.2. La situazione attuale del settore agricolo:

La situazione attuale del settore agricolo a Cavallino-Treporti non è delle migliori: negli ultimi 20 anni le 500 aziende agricole esistenti si sono infatti ridotte a 100 ufficiali, di cui però circa 75 effettivamente esercenti; si tenga conto che l'età media dell'agricoltore è di ben 63 anni.

Il grosso problema del settore, spiega l'assessore all'agricoltura Anna Valeri, è il ricambio generazionale: nessuno o quasi vuole proseguire l'attività di famiglia, e tanto meno iniziare un'attività da zero. Il lavoro è infatti molto faticoso e poco redditizio: le spese di produzione sono

aumentate, mentre i prezzi di vendita sono rimasti praticamente uguali a quelli di 30 anni fa, motivo per cui riesce a portare avanti l'attività solo chi ha effettuato grossi investimenti, chi possiede serre moderne e riesce a lavorare tutto l'anno oppure chi ha deciso di aprirsi a "nuove strade": attualmente è una sola azienda agricola a praticare il bio e il *fuori suolo*, una tecnica moderna nata in risposta alla mancanza di spazi coltivabili che permette la coltivazione fuori dal terreno agrario somministrando i nutrienti necessari attraverso una soluzione nutritiva; ma c'è anche chi ha puntato su colture diverse e innovative rispetto a quelle tradizionali, come quella dei fiori eduli; la cosa interessante è che spesso queste vedono il recupero di tecniche molto antiche e andate perdute nel tempo.

Tutto ciò non è però altro che un paradosso: l'agricoltura non si può abbandonare. Il Litorale presenta tra l'altro molte potenzialità dal punto di vista agricolo, grazie ai terreni particolarmente salini e sabbiosi, che rendono il prodotto molto soffice e permettono di ridurre l'utilizzo di fertilizzanti chimici.

L'agricoltura praticata a Cavallino-Treporti presta inoltre attenzione alla sostenibilità, grazie soprattutto alla preparazione dei coltivatori locali: già dalla fine degli anni Novanta il cliente ha iniziato a sviluppare una maggiore sensibilità verso la tematica, ed è stato infatti durante quel decennio che si è iniziato a sostituire antifungini e ormoni con insetti impollinatori e predatori; negli anni 2000 si è mantenuta questa tendenza, impiegando nuove tecniche anti-spreco per l'irrigazione, come la raccolta dell'acqua piovana; la produzione in serra è altamente specializzata e ha puntato alla progressiva eliminazione dei chimici; sono state infine riscoperte alcune colture, come il carciofo e l'asparago, e Cavallino-Treporti è stato il primo comune a promuovere il km0 e a integrare il settore con le strutture ricettive.

Arriviamo qui al nodo della questione: il rapporto fra il turismo e l'agricoltura.

Sempre a detta dell'assessore Valeri, contrariamente a quanto si potrebbe pensare, lo sviluppo del turismo non ha mai veramente sottratto forza lavoro alla terra: è vero che le nuove generazioni preferiscono trovare un'occupazione nel settore turistico, ma la vera colpa di quanto accade sta nel fatto, come già detto, che lavorare la terra non è proficuo.

La soluzione al problema sembra essere perciò l'integrazione fra i due settori. Purtroppo il progetto è ancora agli albori, anche se già da tempo sono portate avanti, non senza difficoltà, diverse forme di collaborazione. Si investe ancora poco sull'agriturismo: al momento, nel Litorale se ne contano solamente 4; la legge regionale sull'argomento ha pochi mesi e non se n'è ancora verificata una vera e propria applicazione, ma urge farlo, perché è un'attività che crea buone prospettive e che può essere svolta dai giovani: bisogna infatti conoscere lingue straniere, saper promuovere, saper gestire un pacchetto clienti.

A vedere una soluzione nell'integrazione col settore turistico non è soltanto l'agricoltura, ma anche un'altra attività tradizionale in crisi: la pesca. Da qualche anno infatti il Consorzio Ittico Veneziano collabora con la Casa della Pesca, primo consorzio veneto della piccola pesca artigianale, e ha istituito attività di pescaturismo nella zona; un valido aiuto viene anche dal mondo della ristorazione: il loro obiettivo è infatti quello di aprire la pesca al mondo e creare dialogo con altri settori, in modo da garantirne il futuro, creando nuove opportunità che attraggano i giovani. Lo stesso vale per l'agricoltura: i prodotti del Parco del Cavallino hanno riscosso il meritato successo: nei campeggi e nelle altre attività ricettive si è pensato di utilizzare i prodotti del Parco, che sono ottimi, e il cliente l'ha capito, ed è inoltre un ospite ora interessato a conoscere le peculiarità del territorio, le aziende agricole, l'attività della pesca e molto altro. Ciò che ancora manca, osserva infine l'assessore, è un'adeguata organizzazione delle aziende agricole per poter sfruttare appieno le potenzialità derivanti dal turismo, poiché non vi sono piattaforme appositamente dedicate per vendere i prodotti agricoli; un maggiore successo si riscontra invece nella vendita diretta dei prodotti al cliente tramite la trasformazione del prodotto, facilmente adattabile per ovviare ai problemi di trasporto.

I risultati ottenuti si devono soprattutto alla collaborazione delle aziende agricole, ora molto più forte che in passato, grazie alle cooperative e al dialogo costruttivo reso possibile dal "tavolo verde", un'iniziativa che permette alle aziende di confrontarsi con le istituzioni, così che si possano portare alla luce le problematiche di ogni giorno: "da soli si va veloci, insieme si va lontano" è il motto che anima i membri del settore, convinti che, come ogni altra crisi avvenuta nel passato, anche quella attuale potrà essere superata.

Per superare questa crisi, però, è necessario che le aziende si sappiano reinventare, cogliendo le infinite opportunità che può offrire il mondo moderno, e, soprattutto, il settore turistico.

4.6.3. Sapersi reinventare: l'Azienda agricola Scarpi

L'azienda agricola Scarpi sorge nella zona delle Mesole, non lontano da Lio Piccolo, e dal 2013 prosegue la sua attività con gestione a carattere familiare.

Grazie alle sue iniziative originali è divenuta un simbolo di come un'azienda sia capace di reinventarsi di fronte alla difficoltà: sanno far conoscere il territorio, soprattutto ai turisti, e per tutti questi motivi sono stati inseriti nel programma del Patentino dell'Ospitalità 2022/2023, che approfondiremo nell'ultimo paragrafo; il contenuto di questo paragrafo è frutto della lezione del Patentino dedicata all'azienda Scarpi, cui ho partecipato, e dell'incontro con la sig.ra Silvia Rui, proprietaria dell'azienda.

Nel 2013, come già accennato, l'azienda Scarpi è stata fondata, ma la sua era iniziata come attività vivaistica; solo in seguito si sono dedicati alle colture tradizionali ortofrutticole, come asparagi, carciofi e fragole, ma la vera svolta è iniziata quando i proprietari hanno deciso di avviare la produzione di cereali per creare il proprio tipo di pasta: una scelta fuori dal comune e in qualche modo coraggiosa, perché l'agricoltura di Cavallino-Treporti non è specializzata in questo tipo di produzione, e i proprietari stessi ammettono che in principio non possedevano le conoscenze necessarie per dare il via al progetto. Tuttavia, il fatto che nessun altro in paese coltivasse i cereali poteva rappresentare un valore aggiunto alla futura produzione, unitamente all'ideale, da sempre perseguito, di garantire un'alimentazione sana *in primis* ai figli e al vantaggio di essere nati in una famiglia di agricoltori.

Il progetto, quindi, è partito con non poche difficoltà, dalla poca solidarietà allo scarso incoraggiamento, perché a detta degli altri coltivatori della zona il terreno sabbioso delle Mesole in cui sorge l'azienda non è favorevole alla produzione di farine; tuttavia, l'azienda disponeva anche di terreni argillosi a Punta Sabbioni, più adatti alla coltivazione cerealicola, e l'esperimento alla fine ha avuto il successo sperato.

La “pasta”⁴⁵ prodotta dall'azienda Scarpi è prodotta in maniera biologica dalla semina al prodotto finito: la semina avviene nel periodo fra ottobre e novembre, i cereali crescono durante l'inverno e la primavera per essere raccolti a luglio, dopodiché vengono lasciati ad asciugare.

Per quanto riguarda l'asciugatura, non viene utilizzato alcun pesticida o altra sostanza chimica, il grano viene bensì stoccato in luoghi freschi, in questo caso celle frigorifere, onde evitare che venga contaminato dalle tarme della farina: questa farina contiene infatti il germe di grano, e per questo motivo dev'essere conservata in frigorifero; al contrario, la lavorazione industriale tende in genere a rimuovere il germe di grano perché oleoso.

La macina viene invece eseguita a pietra in due mulini, uno di Lossano Veneto e l'altro di Noventa di Piave: questa lavorazione antica permette di non surriscaldare i chicchi, in modo che mantengano integre le loro proprietà; la farina macinata non è di tipo 00 perché si vuole ottenerne una più scura e grezza, di tipo 1 o 2, ideale per gli impasti croccanti.

La parte commerciale ha riscosso un buon successo a livello locale: diverse attività come ristoranti e pasticcerie, ma anche altre iniziative come le feste paesane, hanno deciso di acquistare la farina o la pasta dell'azienda Scarpi, rimanendone molto soddisfatti.

La pasta in particolare ha cominciato a riscuotere successo anche presso le strutture ricettive, dove viene venduta ai turisti che spesso la portano a casa come souvenir di Cavallino-Treporti: i pacchi

⁴⁵Non sarebbe corretto definire “pasta” questo tipo di produzione, in quanto per legge può essere definita come “pasta” soltanto quella prodotta con semola di grano duro, mentre questa farina viene prodotta con grano tenero e sottoposta a un differente tipo di lavorazione.

sono dotati di un marchio ben definito, “Terre salate”, che rende ben identificabile la casa di produzione, e del marchio “Parco turistico di Cavallino-Treporti”, di cui l’azienda Scarpi è divenuta socia.

La collaborazione col mondo del turismo non è sempre semplice, poiché la farina e la pasta sono un prodotto biologico e artigianale, di conseguenza più costoso, e non tutti i campeggi sono disposti a pagare di più; tuttavia, le vendite presso alcuni campeggi sono andate molto bene nel 2022, e i proprietari dell’azienda agricola sono convinti che investire sul turismo sia la scelta corretta: il turista di oggi è alla ricerca di scoprire la realtà locale, così quando compra la pasta viene invogliato a visitare l’azienda dove viene prodotta.

I progetti non finiscono qui: il più prossimo nel tempo, ora che quello dei cereali è ben avviato, sarà quello della birra, preparata con l’orzo coltivato negli stessi terreni di Punta Sabbioni; più avanti verranno quelli del vino e dell’olio: quest’ultimo rappresenta un’altra novità tra le produzioni del Litorale, nonostante si tratti del recupero di un’antica produzione di queste zone e il terreno locale si adatta bene alla coltivazione dell’ulivo; sarà sicuramente un progetto molto impegnativo dal momento che per ottenere un solo litro di olio sono necessari dai 20 ai 30 kg di olive. Infine, verrà prodotto anche un “miele di barena”, particolarmente pregiato perché leggermente salino, e che quindi contrasta il picco glicemico: di questo non sarà l’azienda Scarpi la diretta produttrice, ma qui vengono tenute le arnie di un’altra azienda di Jesolo.

Tra i progetti “turistici” c’è invece innanzitutto quello dell’agriturismo: si tratta di un progetto particolarmente interessante, in quanto per allestire l’agriturismo non verrà costruito un edificio nuovo, ma verrà recuperata quella che era la vecchia stalla del nonno dei proprietari per ricavarne quella che diventerà una “spuntineria” dove verranno disposte delle degustazioni a base di prodotti della casa. Non possedendo animali, questo è stato un ulteriore incentivo per investire nella coltivazione dei cereali.

Sempre restando nel tema del recupero dei vecchi edifici, vige anche il progetto di adibire l’ex capannone del padre ad uso turistico, ricavandone degli appartamenti da mettere in affitto.

Si intende creare dei percorsi specifici: alcuni campeggi si sono dimostrati interessati a organizzare escursioni all’azienda e sugli argini del canale dove essa si affaccia. Fino a qualche tempo fa, inoltre, l’azienda Scarpi teneva una collaborazione con “LaguniAmo”, un’attività di barche elettriche e kayak a noleggio per far scoprire ai visitatori la laguna di Venezia. Una bella iniziativa di questo genere arriva anche da “Blue Dream”, un’attività simile a LaguniAmo che si occupa anche di organizzare escursioni in laguna a bordo di imbarcazioni sulle quali è possibile salire con la bici.

L’azienda Scarpi intende quindi costruire un approdo per natanti: per raggiungerla via laguna è necessario utilizzare imbarcazioni dal fondo piatto, in modo da non turbare il basso fondale del

canale antistante l'azienda; la bici è naturalmente un altro mezzo con cui è consigliabile recarvisi, visto che le Mesole fanno parte, non a caso, del percorso ciclabile "Orti della laguna", motivo per cui la famiglia Scarpi ha già avviato una collaborazione con "Bike-On", un servizio di *bike-sharing* di Ca'Vio.

Le iniziative per rilanciare l'attività sono dunque molte, e tutte hanno a che fare con la sostenibilità: a proposito di questo tema, è opportuno segnalare che Lio Piccolo, Mesole e Saccagnana stanno sviluppando un proprio progetto per promuovere il loro territorio, piuttosto lontano dall'orbita dei campeggi, con l'intenzione di educare il turista alla sua corretta fruizione.

4.6.4. *Il Camping Cavallino e il progetto della "farm"*:

Una delle più originali proposte di sostenibilità in tema agricolo arriva dal Camping Cavallino, struttura ricettiva a 4 stelle in attività dal 1963, allora aperto col nome di "Internazionale Camping Mercedes", e poi divenuto, insieme all'adiacente camping "Adriatico" ufficialmente "Camping Village Cavallino" nel 1994, anno in cui entrambi vennero acquisiti dalla società "Baia Holiday". Il Camping Cavallino si trova in via delle Batterie n. 164, accanto al camping Enzo Stella Maris, e nella zona antistante, compresa fra la via C. A. Radaelli e la via A. Poerio, dispone di oltre 16 ettari di terreno: il piccolo appezzamento che si trova oltre la via G. B. Cavedalis è adibito alla fornitura di servizi conto terzi, mentre il grosso appezzamento restante non è sfruttato, motivo per cui la società ha intrapreso l'iniziativa di costruirvi una fattoria.

Si tratta del primo camping in assoluto di Cavallino-Treporti che investe in un progetto di questo genere, per cui la *farm* del Camping Cavallino diverrà certamente un elemento di differenziazione rispetto ai concorrenti; ma tralasciando la strategia di marketing aziendale, questo progetto è anche il frutto della presa di coscienza da parte di un'impresa turistica dell'attuale successo del turismo rurale e del crescente interesse del turista odierno nei confronti delle attività tradizionali e il fascino della vita campestre.

Baia Holiday riprende le parole del rapporto "Agrilife 2015" di Agrietour, fiera nazionale dell'agriturismo, che sostiene che il concetto di vacanza ha subito una rivoluzione negli ultimi decenni, in quanto il turista odierno non vi ricerca più soltanto svago e relax, ma soprattutto un'esperienza costruttiva che vada ad arricchire il suo bagaglio culturale, desiderando quindi *in primis* di apprendere da essa. Le destinazioni rurali si adattano molto bene alle esigenze del turista postmoderno, alla ricerca di stimoli diversi, culture altre, attività sportive e degustazioni di cibi tipici e genuini; tre sono infatti le componenti essenziali che portano il turista a scegliere queste mete: la "memoria ritrovata", legata alla nostalgia verso un mondo ancestrale e quasi perduto; la

salute e il benessere, ritrovati nei ritmi lenti della campagna e nella buona cucina; la scoperta di culture peculiari, tradizioni folkloristiche e paesaggi naturali.

Si riconosce, infine, la strategica importanza del turismo nella valorizzazione e nel rilancio di queste aree, con le innumerevoli ricadute positive sui territori e le comunità ospitanti.

La *farm* del Camping Cavallino verrà pertanto edificata di fronte al campeggio, di modo che il cliente possa avervi accesso diretto: si tratterà di una costruzione dalla superficie totale di 805,07 mq, comprensiva di un ricovero per macchinari e attrezzi da lavoro, un magazzino, un locale adibito alla lavorazione degli ortaggi, celle frigorifere, un punto vendita e un portico; l'area agricola si estenderà invece su un totale di 28 ettari.

Il piano aziendale dichiara esplicitamente che gli obiettivi del progetto sono la valorizzazione paesaggistica, l'accoglienza turistica e la sostenibilità agricola e ambientale.

Non è previsto l'allevamento di animali; le produzioni saranno prevalentemente ortaggi tipici dell'agricoltura di Cavallino-Treporti e verranno trasformate per la maggior parte nel punto vendita dell'azienda agricola, nel campeggio e nei ristoranti e nei mercati locali e della provincia di Brescia, dove la Baia Holiday ha sede.

Tuttavia, la maggiore novità del progetto risiede nel fatto che a coltivare gli orti dell'azienda agricola saranno gli stessi clienti del Camping Cavallino: ciò diviene quindi un'iniziativa che comprende numerose finalità, prima fra tutte quella di far conoscere all'ospite la vita del contadino e la tradizione orticola di Cavallino-Treporti, ma diviene anche un mezzo per educare il cliente al rispetto per la natura e la terra; inoltre, diversificare l'offerta turistica in questo modo significa comunicare all'ospite che Cavallino-Treporti non si riduce alle sue spiagge, ma è invece una realtà più variegata e interessante da scoprire in tutti i suoi aspetti lungo l'intero arco dell'anno. Inoltre, invitare il cliente a coltivare i prodotti o ad "adottare" una pianta diviene un modo per fidelizzarlo, in quanto non sempre sarà in grado di vedere i frutti del proprio lavoro fintantoché dura il suo soggiorno, perciò sarà interessato a mantenere un contatto con la struttura ricettiva anche dopo il termine della sua vacanza per avere informazioni sullo stato degli ortaggi che ha piantato, e magari potrà ricevere presso casa propria prodotti a base degli stessi.

4.7. La promozione turistica

4.7.1. Il Consorzio Parco Turistico di Cavallino-Treporti

Una volta che ha creato il prodotto turistico, una destinazione deve saperlo comunicare adeguatamente: la promozione turistica è il secondo *step* di una buona gestione turistica.

Il principale partner del Comune di Cavallino-Treporti per quanto riguarda la promozione è il Parco Turistico, consorzio senza scopo di lucro il cui principale compito è quello di elaborare progetti mirati alla gestione, allo sviluppo e alla qualificazione del prodotto turistico e della sua offerta⁴⁶.

Il Consorzio fu istituito nel gennaio 2006, sorgendo da una comune esigenza dei suoi oltre 50 associati: fare squadra; il suo fine ultimo, specificato all'oggetto sociale nello Statuto, è infatti la commercializzazione turistica del prodotto offerto dai suoi membri.

Tra i suoi compiti rientrano lo sviluppo del turismo e la valorizzazione del patrimonio culturale, storico e artistico locale, le attività di informazione e accoglienza turistica, le azioni di ricerca di mercato per la definizione di strategie di marketing, la produzione e diffusione di materiale pubblicitario, la preparazione di campagne pubblicitarie, l'organizzazione e partecipazione a eventi fieristici e il collegamento fra le attività dei suoi aderenti.

Oltre agli aspetti relativi al turismo, deve inoltre occuparsi di promuovere i corsi di formazione e aggiornamento, valorizzare e pubblicizzare le produzioni locali, siano esse appartenenti all'enogastronomia alla cultura e alle tradizioni, e istituire un marchio di qualità; deve infine curare gli aspetti di vendita, dai trasporti alla creazione di pacchetti turistici e ai servizi offerti direttamente nelle strutture turistiche, come gite ed escursioni.

Data la multifunzionalità del Parco Turistico, i suoi associati non sono unicamente le strutture turistiche, ma vi sono anche molti altri partner commerciali, dai supermercati alle aziende agricole. A differenza di altri comuni, prima che il Parco Turistico venisse istituito, Cavallino-Treporti non possedeva un consorzio di promozione turistica essendo un comune nato da poco: per ottenere il riconoscimento di consorzio e poter operare nel campo della promozione turistica, il Parco dovette conseguire un STL⁴⁷ separato da quello di Venezia e fu riconosciuto dapprima dalla L.R. 33/2002 e poi ufficialmente dalla L.R. 11/2013.

La promozione turistica curata dal Parco si articola in numerose strategie e attraverso più canali: partecipazione fieristica, cura del sito internet, comunicazione social e valorizzazione del

⁴⁶Statuto Parco Turistico di Cavallino-Treporti

⁴⁷Sistema Turistico Locale, si tratta di un contesto turistico che comprende un ambito territoriale (talvolta esteso anche in regioni differenti) e la cui offerta integra beni culturali, naturali, attrazioni turistiche o la presenza diffusa di imprese turistiche (Art. 5, L.N. 29/03/2001)

patrimonio culturale, nonché attraverso la creazione del marchio Parco Turistico di Cavallino-Treporti.

Come mi è stato spiegato dalla dott.ssa Michela Nesto, direttrice del Parco Turistico, le fiere hanno sempre rappresentato un importante mezzo di promozione turistica: fino prima della pandemia venivano organizzate in gran numero, mentre ad oggi, sebbene la ripresa sia iniziata, ancora non si può dire di essere tornati ai livelli pre-pandemici.

L'avvento del Covid ha cambiato le sorti delle fiere non solo perché ne ha arrestato l'organizzazione per oltre due anni, ma anche perché, se fino al 2019 Cavallino-Treporti veniva promosso come singola destinazione, oggi invece col marchio "Venice Sands", creato nel 2018, vengono promosse tutte le spiagge della costa veneta, rispondendo all'esigenza dei Comuni della costa di creare una rete e collaborare come fossero un'unica destinazione: Bibione, Caorle, Eraclea, Jesolo, Cavallino-Treporti, Lido di Venezia, Chioggia e Rosolina, 22 milioni di presenze annue complessive, si riuniscono ora "together as one" nelle principali fiere europee come prima start up di una collaborazione che si pone molti altri obiettivi oltre alla promozione turistica: l'idea è infatti quella di creare economie di spesa, condividere idee e sviluppare nuovi progetti da portare anche all'attenzione della Regione Veneto e di creare un tavolo di discussione permanente; dopo le fiere si passa quindi alla creazione di un'immagine unitaria per dare un senso di coesione, per arrivare alla comunicazione sulle testate internazionali, dove le grandi aggregazioni risultano vincenti grazie al forte peso critico che raggiungono e al prodotto diversificato che possono offrire. La strategia si rivela quindi ottimale per raggiungere un pubblico sempre più vasto e diviene uno strumento di competitività in mercato dinamico e soggetto a continue evoluzioni com'è quello del turismo, consentendo inoltre di condividere iniziative e affrontare delle problematiche comuni che, in forma associata, perseguono gli obiettivi in maniera molto più efficiente.

In "Venice Sands" sono riuniti, oltre al Parco Turistico, altri 5 consorzi: il Consorzio ConChioggiaSI, Venezia e il suo Lido, Imprese Turistiche Jesolo Venice, Promozione Turistica Caorle e Venezia Orientale e Promozione Turistica Bibione Live; se nel passato si era presa in considerazione l'idea di eliminare i consorzi, essi risultano ora fondamentali per la Regione Veneto, che altrimenti non potrebbe conoscere tutte le diverse realtà di queste località, per questo ora partecipa alle fiere europee e mette addirittura alcuni dei propri spazi a disposizione dei consorzi per le loro attività.

Oltre alla partecipazione fieristica, il Parco Turistico gestisce www.visitcavallino.com, principale portale informativo della destinazione, che si apre all'insegna dello slogan "It's time for Open air"; è apprezzabile il fatto che la pagina web metta in risalto le attrattive come la laguna, i sentieri naturalistici e il patrimonio storico molto più della spiaggia, posizionata all'ultimo posto nella sezione "Scopri il parco": vengono invece posti in primo piano i percorsi ciclabili, il birdwatching,

l'arte e la cultura, la storia, il turismo *slow* e la tradizione gastronomica, onde trasmettere l'idea di una destinazione immersa nel verde e ancora in gran parte inviolata, da esplorare nel pieno rispetto dei suoi ritmi lenti e delle sue peculiarità.

Sul sito esiste un catalogo per le strutture ricettive di Cavallino-Treporti che rimanda alle loro pagine web e ai booking engines per effettuare una prenotazione diretta, poiché non hanno ancora sviluppato un sistema di e-commerce.

Fino all'anno scorso la promozione era unicamente digitale, ma ora il catalogo viene anche stampato perché non tutta la clientela è ancora pronta per utilizzare strumenti digitali; il formato cartaceo, quindi, è ancora presente, ma si tenta progressivamente di eliminarlo o per lo meno di ridurre le quantità: è stato infatti reso disponibile anche il catalogo con QR "We go green" per collegarsi direttamente a www.cavallino.com, così come non vengono più stampati gli orari dei mezzi Actv e ATVO per tutti i clienti, preferendo esporre un grande cartello fuori dall'ufficio a cui possono scattare una foto o, ancora, utilizzando il codice QR.

Tutto ciò che producono viene svolto in collaborazione con Regione Veneto e l'amministrazione locale; essendo il Parco Turistico gestore di tutti gli I.A.T., i materiali vengono realizzati seguendo una regia comune per tutte le destinazioni della Regione, in modo da renderle più riconoscibili.

Per quanto riguarda la comunicazione social, il social media team che se ne occupa ha l'obiettivo di *raccontare*, più che promuovere, la destinazione turistica di Cavallino-Treporti, delle sue bellezze e dei tratti distintivi del suo territorio.

Il Parco Turistico è parte dell'O.G.D.⁴⁸ "Cavallino-Treporti", nome scelto perché corrisponde a quello del comune e perché l'organizzazione è composta da numerosi associazioni di categoria, tra cui Assocamping, Assodepositi per il deposito di caravan e roulotte, Associazione Case per Ferie e Coldiretti per il settore agricolo.

Infine, il Parco Turistico si occupa anche della gestione del Museo Batteria Pisani, del suo sito internet e della pagina Facebook, essendo la promozione storico-culturale inserita tra le sue principali missioni, insieme a quella turistica.

⁴⁸Organizzazione per la Gestione della Destinazione, traduzione dell'inglese D.M.O., acronimo di *Destination Management Organization*: si tratta, secondo l'OMT, di un organismo di gestione coordinata di tutte le componenti di una destinazione turistica (attrazioni, marketing, accesso, prezzi, ecc.) al fine di ottimizzarne l'organizzazione e la promozione.

4.7.2. Il progetto “A braccia aperte”

Nel corso di quest’analisi abbiamo potuto più volte constatare che il Covid, sebbene abbia rappresentato la peggiore minaccia per il mondo turistico, è stato molto spesso motore di nuove iniziative e altri cambiamenti positivi: come vedremo, per Cavallino-Treporti esso ha giocato un ruolo molto importante nell’ambito della promozione turistica. Il contenuto del presente sottoparagrafo è stato elaborato a seguito dell’incontro con l’Assessore Lisa Targhetta, in cui abbiamo parlato anche della ciclabilità.

Durante i mesi della pandemia le strutture ospedaliere furono messe sotto duro sforzo, specialmente in Veneto, una delle regioni più pesantemente colpite dal coronavirus durante la prima, terribile ondata: il personale sanitario era costretto a lavorare senza sosta, sottoposto a ritmi e orari massacranti, per affrontare una situazione mai incontrata prima; il tutto rischiando la propria vita, a contatto costante con un virus che mieteva centinaia di vittime ogni giorno.

Con l’arrivo dei primi caldi i contagi cominciavano progressivamente a calare dopo i due lunghi mesi di confinamento; si apriva, però, la grande incognita della stagione turistica, catapultata in una nuova realtà fatta di distanziamenti, paura del contagio e ristrettezze economiche.

Appariva chiaro, in un’epoca così piena di incertezze, che occorresse un rilancio del settore: nacque così l’idea di offrire un soggiorno gratuito presso le strutture turistiche di Cavallino-Treporti, non a chiunque ma ai *meritevoli*, ossia agli operatori sanitari che avevano servito durante quella prima ondata pandemica; in collaborazione con alcune strutture ricettive che accettarono di mettere a disposizione i loro servizi, furono quindi invitati gli operatori del Veneto, della Lombardia e del Trentino a godere il meritato riposo nel Litorale insieme alle loro famiglie e ringraziati pubblicamente nella piazza del municipio.

Quest’iniziativa ebbe un duplice effetto: il primo, come abbiamo detto, fu di rilanciare il settore turistico di Cavallino-Treporti dopo l’arresto subito per mesi; il secondo, forse ancora più importante, fu di far conoscere la località nelle vicinanze: come abbiamo visto, Cavallino-Treporti è una destinazione turistica estremamente nota all’estero, tanto quanto è invece sconosciuta in Italia; a partire da questo progetto, ha cominciato a farsi conoscere almeno nelle regioni confinanti del Veneto, dando il via a un circolo virtuoso che ha fatto in modo che oggi molti dei turisti del fine settimana provengano proprio da queste regioni, in particolare per sfruttare la nuova pista ciclabile e i percorsi ciclabili tematici recentemente realizzati.

La destinazione di Cavallino-Treporti non può contare per sempre sulla stagione balneare e sul turista straniero, e sa bene che per il futuro deve intercettare nuovi mercati, interessati non solo al mare, ma alle molte altre risorse che il territorio ha da offrire: il progetto “A braccia aperte”, quindi, è stato, oltre che un gesto di gratitudine verso un corpo di operatori che tanto hanno faticato e

rischiato durante una delle situazioni più critiche dell'ultimo secolo, il motore di un nuovo cammino che la destinazione intende intraprendere per gli anni a venire.

4.8. Il coinvolgimento del cittadino

Al paragrafo 1.3 sono stati analizzati gli impatti negativi che il turismo esercita sulle tre dimensioni della sostenibilità: per quanto riguarda la sfera sociale, spicca il sentimento di inimicizia che talvolta può venirsi a creare tra turisti e cittadini quando l'attività turistica raggiunge livelli esasperati.

Appare paradossale che il turista, principale fonte di reddito per talune località, possa rappresentare un problema anziché un beneficio; eppure, come analizzato da Corrado del Bò, accade fin troppo spesso che dall'iniziale "idillio" tra le due categorie, si arrivi progressivamente a una tensione tale che sfocia nel cosiddetto "genocidio", risultato finale del turismo di massa che si traduce nella prevaricazione del turista sul cittadino.

Dalla Conferenza di Rio alla Carta di Lanzarote, tutte le conferenze internazionali hanno messo in rilievo questo problema e raccomandato caldamente il rispetto delle comunità locali, che troppo spesso vedono il proprio territorio snaturato e riplasmato a misura e piacimento del solo turista; ma ciò che si è raccomandato ancor di più è il coinvolgimento delle comunità, per permettere loro di esprimere la propria voce in merito alla gestione turistica e per ridurre la distanza che tende a crearsi tra loro e i turisti: una destinazione non può certo risultare ospitale se i flussi sono mal gestiti, e soprattutto se la comunità ospitante ha in antipatia i propri ospiti.

Cavallino-Treporti si è adoperato per contrastare anche la presente problematica: 6 milioni di presenze turistiche sono una quantità decisamente troppo alta per non essere gestita adeguatamente, e che finirebbe per schiacciare completamente una comunità di appena 13.000 abitanti.

La tipologia di turismo offerta dalla destinazione è già un vantaggio, perché la stragrande maggioranza dei turisti è concentrata nei campeggi, dove possono accedere a numerose attività per soddisfare le esigenze che vanno dalla primaria necessità allo svago, e ciò contribuisce a evitare un'eccessiva congestione nel resto del territorio.

Negli ultimi anni, tuttavia, sono state portate avanti delle iniziative che hanno cercato di avvicinare il cittadino all'ospite, puntando soprattutto all'ascolto delle richieste del residente e alla sua formazione e alla conoscenza del territorio in cui vive: in questo modo avremo un cittadino partecipe e consapevole e un turista che si sente bene accolto, una formula vincente che permette a

entrambe le categorie di beneficiare del territorio senza conflittualità e anzi creando un reciproco appoggio.

L'iniziativa ormai più nota per coinvolgere i cittadini è quella del Patentino dell'Ospitalità, che analizzeremo per primo; ma esistono altri programmi rivolti ai cittadini più giovani, per avvicinarli al mondo del turismo fin dall'età scolastica, come vedremo al secondo punto.

4.8.1. Il Patentino dell'Ospitalità

Il Patentino dell'Ospitalità è un progetto di formazione mirato alla promozione e alla valorizzazione del territorio di Cavallino-Treporti.

Come il nome stesso suggerisce, il turismo è il tema portante dell'intero programma, ma esso diventa soprattutto un'opportunità per il cittadino residente di conoscere il proprio territorio, i suoi valori e la sua storia, che in seguito saprà trasmettere al turista; la partecipazione è gratuita e aperta a tutti.

Come mi è stato spiegato dalla dott.ssa Elisa Borri, portavoce del Sindaco, l'idea del progetto venne abbozzata durante l'ultimo mandato dell'ex sindaco Claudio Orazio (2010-2015), di cui l'attuale sindaco Roberta Nesto era vicesindaco, ma fu avviato ufficialmente a partire dall'inverno 2015, sotto la prima amministrazione Nesto; ad oggi, ne sono state realizzate 8 edizioni consecutive, una per ogni anno, di cui l'ultima si è conclusa il 31 marzo 2023.

Gli elementi fondamentali del Patentino dell'Ospitalità sono tre: formazione, socialità e identità.

La formazione è strettamente collegata al mondo del lavoro, in quanto si desidera che il lavoratore di Cavallino-Treporti sia adeguatamente preparato, motivo per cui all'interno della cornice del progetto vengono organizzati corsi di lingua, informatica e altre materie che ne accrescano le competenze e possano aiutarlo anche a trovare un impiego.

Accanto ai corsi più tecnici troviamo seminari e incontri a tema Cavallino-Treporti, il cui obiettivo è portare il cittadino a scoprire la realtà del territorio in cui risiede, guidandolo attraverso un percorso che abbraccia la storia e la cultura fino alla scoperta delle piccole realtà imprenditoriali e altre peculiarità autoctone; per gli incontri e le visite guidate ai siti culturali ci si avvale della competenza di esperti, tra cui docenti universitari, in modo da conferire autentica qualità al percorso formativo.

Dal momento che l'adesione viene estesa a tutta la cittadinanza, il secondo obiettivo del progetto è la socialità, in quanto gli incontri diventano un momento di partecipazione condivisa, in cui tutte le età si riuniscono per conoscere insieme ciò che ignoravano del luogo in cui hanno abitato per tutta la vita; tutto questo contribuisce a creare un senso di comunità, ma soprattutto identità, terza e

ultima componente del Patentino: Cavallino-Treporti è un comune giovane, sotto alcuni punti di vista la sua identità è ancora fragile e non ancora del tutto indipendente da quella di Venezia, che l'ha eclissata fino a pochi decenni fa, né addirittura da quella di Jesolo, colosso delle spiagge adriatiche del boom economico, ma grazie a un'esplorazione del territorio così approfondita, si scopre che Cavallino-Treporti possiede molte qualità, primati e un patrimonio culturale a sé stante. Con l'avvento del Covid l'aspetto sociale è ovviamente venuto a mancare: le lezioni avvenivano raramente in presenza, e quando anche questo avveniva la capienza era drasticamente ridotta per garantire le distanze anti-contagio; utilizzando la modalità telematica, però, è stato possibile far conoscere il Patentino altrove, poiché vi hanno avuto accesso molte persone da altre regioni d'Italia: a partire da qui, è stato avviato un percorso italiano per promuovere Cavallino-Treporti nel resto del Paese, dal momento che la destinazione è estremamente popolare all'estero ma tuttavia ancora poco conosciuta a livello nazionale. Se già nel 2019 il Patentino dell'Ospitalità era stato ufficialmente riconosciuto come *best practice* del Network del G20S, dopo la pandemia è divenuto una *best practice* anche della Regione Veneto; la nota più positiva è certamente il fatto che molti comuni ora ne stiano imitando l'esempio.

Il progetto ha portato molti altri buoni risultati, tra cui certamente spicca la nascita di nuove piccole realtà imprenditoriali: "Blue Dream", ad esempio, è un'attività di noleggio natanti per realizzare delle gite in laguna che ha tratto ispirazione da un corso del Patentino; anche lo stesso sito www.visitcavallino.com, primo canale di promozione turistica di Cavallino-Treporti, è nato grazie al Patentino dell'Ospitalità e alle nuove prospettive che ha saputo creare.

4.8.2. *Le politiche giovanili*

Se vogliamo gettare le basi per un futuro sostenibile e responsabile, è chiaro che questi valori devono essere trasmessi alle nuove generazioni, "i nostri figli da cui prendiamo in prestito la terra" secondo il proverbio dei nativi americani.

A occuparsi dei programmi per i cittadini più giovani è ancora l'Assessore Lisa Targhetta, che, tra le altre, detiene anche la delega alla Formazione e le politiche giovanili; attualmente i programmi portati avanti sono "Politiche giovanili", "Conosci l'ambiente", "Conosci il territorio" e "Bandiera blu", il cui obiettivo è formare il giovane di oggi perché diventi domani un adulto autonomo e consapevole.

Le "Politiche giovanili" sono un appalto concesso dagli istituti scolastici, di cui l'Ufficio comunale scolastico rappresenta la parte teorica e la Delega alla scuola la parte pratica. È rivolto a scuole

elementari e medie, a cui vengono presentati dei fascicoli prima dell'inizio dell'anno scolastico in cui è illustrato il programma elaborato non solo per permettere ai ragazzi di esplorare il territorio di Cavallino-Treporti, ma anche per sensibilizzarli nei confronti del rispetto ambientale.

Il programma “Bandiera blu” è composta di una parte teorica che prevede un'educazione al riciclo e alla raccolta differenziata, e di una visita all'eco-centro di Ca'Pasquali e al centro Veritas per vedere come funziona il processo di depurazione dell'acqua.

Nel programma “Conosci il territorio” rientrano visite alla scoperta del patrimonio culturale e naturale di Cavallino-Treporti, e sono previste quindi gite a Lio Piccolo per assistere agli scavi, guidati da esperti dell'Università Ca' Foscari di Venezia, o per osservare e conoscere l'avifauna lagunare; per visitare le fortificazioni, invece, viene organizzato un tour a bordo di un pulmino con un esperto in materia, che fa da guida lungo un percorso che tocca tutti gli edifici militari presenti nel Litorale, a cui si aggiunge un approfondimento presso il laboratorio tematico al Museo della Batteria Pisani.

Un altro progetto è quello del “Laboratorio giovani”, che coinvolge una serie di attività strutturate su più campi, dall'ascolto a scuola, a laboratori per il doposcuola, fino all' “Exposcuola”, ovvero un programma di orientamento scolastico con cui alcuni studenti delle scuole superiori si recano nelle scuole medie di Cavallino-Treporti per presentare il loro percorso di studi e aiutare i ragazzi più giovani a far chiarezza sulle loro future scelte.

Esiste anche il progetto linguistico “Travel Designer” rivolto alle età della scuola primaria, organizzato durante i centri estivi, quando i bambini vengono accompagnati in una struttura turistica di Cavallino-Treporti, e qui vengono accolti dai membri dell'animazione che, attraverso giochi e laboratori, li coinvolgono nell'intrattenimento degli ospiti. A partire da quest'anno 2023, il progetto è stato esteso anche ai ragazzi delle classi seconde delle medie: vengono accolti nel campeggio e inseriti nel contesto turistico, mostrando loro, ad esempio, come funziona la reception, e addirittura invitandoli a partecipare con simulazioni in lingua straniera di procedimenti di check-in, ordinazioni al ristorante e altre situazioni quotidiane di lavoro all'interno di una struttura ricettiva.

Il “SummerLab” è un altro progetto portato avanti per mantenere i giovani impegnati durante l'estate: i 14 anni sono un'età abbastanza critica, dal momento che non possono ancora lavorare, ma allo stesso tempo sono troppo grandi per essere accettati ai centri estivi, pertanto li si mantiene impegnati attraverso l'organizzazione di attività diverse, per le quali ci si avvale anche della collaborazione con associazioni sportive, oppure mostrando loro come vengono svolte professioni diverse, dal gelataio fino al direttore del campeggio: può essere un modo per incuriosirli e aiutarli a indirizzarsi verso un lavoro futuro, contribuendo a contrastare la fuga di cervelli di cui nessun territorio non ha bisogno se desidera crescere.

Le iniziative non mancano nemmeno per educarli all'impegno civile: il C.C.R. è il Consiglio Comunale dei Ragazzi dalla seconda elementare alla seconda media, la cui *mission* è infondere in loro una coscienza civica e sensibilizzarli a quell'aspetto della vita della comunità, proponendo ed elaborando proposte. Il progetto viene seguito dal "Laboratorio giovani", a cui i ragazzi possono rivolgersi per qualsiasi dubbio, e la loro presidentessa è l'Assessore Anna Valeri: loro compito è stabilire degli obiettivi da raggiungere, e, se non vi riescono, lavorano assieme per trovare una soluzione e ragionare sugli aspetti che si sono rivelati più deboli e rafforzarli.

Il sindaco dei ragazzi partecipa alle feste istituzionali vestendo la fascia tricolore e si prepara un discorso da esporre in pubblico, momento in cui verrà supportato dal sindaco vero: ciò diventa, oltre che uno stimolo alla partecipazione alla vita pubblica, anche un incoraggiamento per l'autostima personale.

Per il contenuto di questo ultimo sotto-paragrafo si ringrazia nuovamente l'Assessore Lisa Targhetta, che mi ha personalmente illustrato tutti questi progetti rivolti ai ragazzi di Cavallino-Treporti.

CONCLUSIONI

Ora che siamo giunti alla conclusione della nostra analisi, possiamo affermare con convinzione che l'investimento nella sostenibilità apporta molti benefici alle destinazioni, come ci dimostra l'esempio di Cavallino-Treporti.

Nel caso specifico della località presa in esame, abbiamo potuto appurare che l'*open air* è un settore turistico che negli ultimi anni, soprattutto in seguito alla pandemia, ha registrato una forte e promettente crescita, ed è inoltre un settore a cui si riconoscono numerose potenzialità per sviluppare pratiche virtuose sostenibili, le quali, come dimostrato dal progetto pilota elaborato da Faita-Federcamping, stanno divenendo sempre più uno strumento di competitività aziendale.

Un progetto come quello della "Blue & Green Community", che intende creare una destinazione turistica sostenibile a 360°, ci insegna che essa non può essere definita tale se le buone pratiche vengono limitate alle sue strutture turistiche, e il cliente, una volta che uscirà a esplorare la destinazione al di fuori dei camping, se ne accorgerebbe subito: tutto il territorio deve quindi far propri i principi della responsabilità ambientale, e per realizzare questo bisogna che nel progetto venga coinvolta l'intera comunità, cittadini compresi, perché l'impegno collettivo parte naturalmente dal risveglio delle singole coscienze.

Il turismo ciclabile è un investimento che, nel tempo, apporta non soltanto benefici per l'ambiente e per la salute, riducendo lo smog e il traffico e incoraggiando l'attività fisica, ma diventa uno strumento per valorizzare il patrimonio naturale e culturale locale, come ha fatto Cavallino-Treporti creando dei percorsi ciclabili a tema per permettere al turista di esplorare la zona rurale e lagunare e gli edifici storici. Non dimentichiamo che esso diventa anche un mezzo di riqualificazione delle infrastrutture, come è successo con Via Pordelio, che ora può vantare la pista a sbalzo più lunga d'Europa.

La destagionalizzazione turistica è stato uno dei principali motori di valorizzazione del patrimonio culturale, ed è inoltre uno degli aspetti su cui imprese e amministrazione locale stanno impegnando i maggiori sforzi, in modo da permettere alle attività e alla comunità residente di poter lavorare, idealmente, tutto l'anno, invece di sfruttare solo sei mesi di stagione balneare e campare senza fonti di reddito per gli altri sei.

Il Camping Enzo ci ha dimostrato che l'impegno verso la sostenibilità produce dei risultati concreti, tanto da arrivare a essere la prima struttura ricettiva all'aria aperta italiana a ottenere la certificazione GSTC; l'azienda agricola Scarpi ci ha invece insegnato come un'impresa possa reinventarsi di fronte a situazioni di crisi e, soprattutto, che il turismo sostenibile ha il potere di aiutare quei settori che si trovano in difficoltà e che negli anni hanno perduto la forza lavoro perché le possibilità che offrivano erano meno vantaggiose rispetto a quelle offerte dal turismo; ma se in

precedenza il turismo ha in qualche modo “sottratto” le risorse umane al settore agricolo, una nuova forma di turismo può ora restituirgli nuova vita: la “farm” del Camping Cavallino è un ottimo esempio di come i due settori possano integrarsi e rappresentare un valore aggiunto e distintivo nell’offerta di un’impresa turistica.

Dal Parco Turistico possiamo imparare che la promozione congiunta è una strategia vincente, che produce un *brand* più riconoscibile sul mercato e conferisce un peso maggiore alle varie realtà che lo compongono e che combattono insieme per affrontare difficoltà comuni ed elaborare delle soluzioni; allo stesso modo, mettere a disposizione un soggiorno gratuito in un momento di crisi si è rivelata la strategia commerciale migliore per rilanciare l’offerta di Cavallino-Treporti sul mercato, da cui si sono potuti ricavare benefici inaspettati nel tempo.

Infine, coinvolgere e formare il cittadino nei confronti della sostenibilità, del territorio e del suo turismo diventa uno strumento per renderlo partecipe alla vita civile, per invitarlo ad accogliere il turista con vero un vero sentimento di ospitalità e a trasmettergli tutti i valori del territorio in cui abita: perché il cittadino ne è a tutti gli effetti il primo custode, e per questo motivo deve essere educato fin da ragazzo a rispettarlo e conoscerlo.

Cavallino-Treporti non ha terminato il suo percorso verso la sostenibilità; anzi, probabilmente si trova solo al principio di questo percorso, che in effetti è in continua in evoluzione e non presuppone nemmeno un punto di arrivo.

Nel caso di Cavallino-Treporti, a mio parere, un maggiore investimento deve essere fatto nel settore agriturismo: al momento, come visto nel capitolo 3, ve ne sono soltanto due, così come vi sono meno di un centinaio di aziende agricole che stanno lottando per mantenere in vita la loro attività sempre più minacciata dalla perdita di forza lavoro; dall’altro lato, abbiamo invece oltre 6 milioni di turisti che potrebbero essere nuovi bacini per sviluppare un turismo rurale o agriturismo: si verrebbe così a creare un’offerta turistica che andrebbe a integrarsi con quella estiva balneare, che avrebbe il potere di destagionalizzare il turismo, perché questa tipologia di turismo viene praticato anche durante le mezze stagioni, di aiutare un settore che rischia di scomparire ma che è di importanza vitale (nel vero senso della parola), e di valorizzare e recuperare il patrimonio agricolo di Cavallino-Treporti, visto che per secoli, fino a pochi decenni fa, l’agricoltura è stata trainante nell’economia del paese.

Un maggiore sforzo deve essere impiegato anche nella valorizzazione della laguna: si è già iniziato con i percorsi ciclabili, la riqualificazione di Lio Piccolo, che insieme a quella culturale unisce la valorizzazione naturalistica, l’attività di itturismo della Casa della Pesca a Punta Sabbioni, e ci sono diverse iniziative imprenditoriali che noleggiando natanti praticano escursioni in laguna; ma si potrebbero proprio creare dei percorsi guidati alla scoperta della laguna, dei suoi equilibri e dei suoi habitat, ma anche dei suoi mestieri tradizionali, e quindi in collaborazione con esperti del settore

che mettano il proprio *know-how* a disposizione di un nuovo pubblico curioso. Il turismo fluviale è ancora poco sviluppato, non solo a Cavallino-Treporti ma in tutta Italia, ma esso potrebbe essere un nuovo motore del turismo nelle le zone lagunari che, di nuovo, interesserebbe non l'alta, ma la bassa stagione; inoltre, turismo fluviale e turismo naturalistico, così come il turismo rurale e l'agriturismo di cui abbiamo parlato sopra, sono forme di turismo attente e rispettose dei luoghi naturali, proprio perché vengono praticate in zone fragili e non potrebbero sopportare l'invasione di turisti in massa.

Appare chiaro, dunque, che è necessario elaborare nuove strategie e mettersi alla ricerca di nuovi interlocutori, come si è già iniziato a fare, ma c'è ancora molta strada da percorrere.

Infine, come ricordato dal Prof. Paolo Feltrin durante la conferenza "I comuni della costa veneta nello sviluppo del Centro-Nord Italia" tenutosi presso il Centro sociale polivalente di Ca'Savio il 28/02/2023, a cui ho avuto il piacere di partecipare, non bisogna dimenticare l'importanza di investire sui servizi: il sistema dei trasporti va migliorato, investendo sempre più nei mezzi elettrici, così come bisogna migliorare le infrastrutture, da quelle autostradali a quelle ferroviarie; soprattutto, l'impegno assunto nei confronti della viabilità ciclabile va portato avanti, ridisegnando l'ambiente come risorsa strategica (ad esempio, costruendo l'ambita pista ciclabile Venezia-Trieste) e incrementando così anche le relazioni con l'entroterra).

Un altro importante passo è quello di creare un sistema di offerta integrato e coerente: il sistema di prenotazione attuale risulta piuttosto carente perché disgregato, mentre il cliente deve poter effettuare la sua prenotazione idealmente attraverso un unico sito, dove può incontrare le strutture ricettive, i mezzi di trasporto, i percorsi e tutto quello che gli occorre per pianificare la sua vacanza. Non va dimenticata l'accessibilità per le persone con difficoltà motoria, altro importante tassello nella programmazione turistica del presente, e soprattutto del futuro.

Bisogna tenere conto, come ha ricordato il Prof. Feltrin durante la conferenza, che la stragrande maggioranza dei turisti che frequentano le coste venete provengono dal nord Europa, e quindi chiedono alle destinazioni turistiche di trovare gli stessi servizi che trovano a casa, altrimenti si rischia di perderli perché prendono in considerazione altre mete di vacanza.

Tra le principali sfide del futuro, ci sono certamente la questione della viabilità e del lavoro giovanile: per quanto riguarda la prima, certamente Cavallino-Treporti, con la sua unica strada di accesso dove d'estate si creano ingorghi inverosimili, si trova in una posizione di svantaggio rispetto alla rivale Rimini, che si trova a soli 2 km dallo svincolo autostradale: d'altra parte, però, se davvero un raccordo della "Via del mare" verrà prolungato fino a Cavallino-Treporti, c'è da chiedersi se questo, oltre ai benefici, porterà anche più viavai e favorirà il turismo "mordi e fuggi": bisognerà allora elaborare delle strategie perché ciò non avvenga e mantenere invece un turismo dai ritmi più lenti.

Per quanto riguarda il lavoro giovanile, si è ormai aperta la sfida per trovare dei lavoratori stagionali: il fatto è che gli attuali giovani delle generazioni “Y” e “Z” (nati, cioè, tra la fine degli anni ‘80 e i primi anni 2000) sono numericamente pochi, ma non vogliono, giustamente, non vogliono più limitarsi a un lavoro stagionale; è chiaro, pertanto, che le condizioni lavorative devono essere migliorate per rendere l’impiego nel settore turistico appetibile ed economicamente vantaggioso.

Tutto ciò non sarà facile, e il cammino da percorrere è ancora molto lungo; ma, come abbiamo avuto modo di appurare più volte nel corso della nostra analisi, è dalle sfide che spesso nascono le opportunità migliori, che fino a quel momento non erano mai state prese in considerazione.

BIBLIOGRAFIA

- Corrado del Bò, *Etica del turismo. Responsabilità, sostenibilità, equità*, Roma, Carocci, 2017
- UNWTO, *International Tourism Highlights, 2020 Edition*, Madrid, World Tourism Organization (UNWTO), 2021, disponibile a <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456>
- Patrizia Romei, *Turismo locale e sostenibilità turistica*, Padova, Cedam, 2009
- Rachel Noble [et al.], *Water equity in tourism: a human right, a global responsibility*, TourismConcern Action for Ethical Tourism, London, 2012
- A. Angelini e A. Giurrandino, *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, Milano, FrancoAngeli, 2019
- Elena David [et al.] Deloitte e AICEO, *Obiettivo sostenibilità. Nuove traiettorie di sviluppo per il turismo italiano*, Deloitte Italy, 2022, disponibile a <https://www2.deloitte.com/it/it/pages/consumer-business/articles/obiettivo-sostenibilita-turismo-italiano.html>
- Rapporto Brundtland, *Our Common Future*, 1987
- Dichiarazione di Stoccolma, 1972
- Agenda 21, 1992
- Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, 2015
- Codice Mondiale di Etica del Turismo, 1999
- Making Tourism More Sustainable, ONU e UNEP, 2005
- Dichiarazione Ambientale Cavallino-Treporti, 2021
- Agriteco SC, *Guida all'ambiente costiero del Turista Sostenibile*, 2013 [brochure]
- Lorenzo Bonometto, *Il respiro della laguna*, CAI, Venezia, Corte del Fontego, 2019
- Andreoli Elisa [et al.], *Le tegnùe dell'Alto Adriatico*, Arpav e Fondazione dei Musei Civici di Venezia, 2010
- Piero Santostefano, *Dai parchi di campeggio ai camping a cinque stelle, Nascita e sviluppo del distretto turistico di Cavallino-Treporti, vol. I*, Cavallino-Treporti, Nardin Libri, 2016
- Piero Santostefano, *Dai parchi di campeggio ai camping a cinque stelle, Nascita e sviluppo del distretto turistico di Cavallino-Treporti, vol. II*, Cavallino-Treporti, Nardin Libri, 2016
- Istat; Elaborazione Servizio Studi e Statistica CCIAA di Venezia su dati Infocamere, *Il Comune di Cavallino-Treporti*
- Assocamping – Istat-Regione Veneto, *Presenze turistiche Comune di Venezia 1957-2022*
- Assocamping, *Il turismo a Cavallino-Treporti – L'accoglienza del territorio e la valutazione sui servizi offerti*, marzo 2020
- Codice Etico Blue & Green Community
- Manifesto Blue & Green Community

30.06.2023, *Gli archeologi dell'Università Ca'Foscari danno il via alla terza campagna di scavi subacquei a Lio Piccolo*, Università Ca'Foscari di Venezia, Ufficio Comunicazione e Promozione di Ateneo [Comunicato Stampa]

Report di sostenibilità basato sui criteri e linee guida del GSTC per Hotel Global Sustainable Tourism Council, Turistica Gima, 26.07.2023, disponibile a <https://www.enzostellamaris.com/it/sostenibilita>

Global Sustainable Tourism Council Criteria for Hotels – suggested performance indicators Version 3, 21 December 2016, disponibile a <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria-for-hotels/>

Piero Santostefano, *Da Ortolani a imprenditori, Trasformazioni del mondo agricolo di Cavallino-Treporti (secc. XVI-XX)*, Cavallino-Treporti, O.P. Saccagnana Società Cooperativa, 2011

Statuto costitutivo del Consorzio Parco Turistico di Cavallino-Treporti, 18.01.2006

Manifesto Qualità Ambiente – Veneto 2000, Requisiti ambientali minimi, 10.07.2001

Cavallino-Treporti leader of the Open-air since 1955, 2020 [mini-catalogo], disponibile a <https://www.visitcavallino.com/>

Faita Federcamping, IMQ e Ambiente Srl, *La valutazione ESG nei complessi turistico-ricettivi all'aria aperta - Rapporto finale del progetto pilota*, Venezia, 15.06.2023

Manifesto Blue & Green Community, 2021

Codice Etico Blue & Green Community, 2021

Progetto per la costruzione della farm: la proposta Baia Holiday, 2018

SITOGRAFIA:

<https://wtcc.org/research/economic-impact>

<https://group.intesasanpaolo.com/en/newsroom/news/all-news/2022/travel-industry-takes-off-in-2022>

<https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

www.europarl.europa.eu

<https://www.agensir.it/quotidiano/2022/10/27/eurostat-turismo-un-terzo-dei-posti-letto-turistici-dellunione-europea-si-trova-in-italia-e-francia/>

<http://www.puretourism.it/impatti-economici/limportanza-del-turismo-e-gli-impatti-economici/>

<http://gelso.sinanet.isprambiente.it/temi.html?id=/turismo#:~:text=La%20capacit%C3%A0%20di%20carico%20turistica,ridurre%20la%20soddisfazione%20dei%20turisti%E2%80%9D.>

<https://greentumble.com/environmental-impacts-of-tourism/>

<https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/global-tourism-plastics-initiative/tourisms-plastic-pollution-problem#:~:text=During%20peak%20tourist%20season%2C%20marine,getting%20carried%20into%20the%20oceans%20.>

<https://www.unwto.org/news/tourisms-carbon-emissions-measured-in-landmark-report-launched-at-cop25>

<https://www.tourism-watch.de/en/focus/women-first>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/club-di-roma/>

<http://www.galloverde.it/index.php/scaffale-virtuale-testi-classici/49-i-limiti-dello-sviluppo>

https://www.treccani.it/enciclopedia/conferenza-di-stoccolma_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/

<https://www.are.admin.ch/are/it/home/media-e-pubblicazioni/pubblicazioni/sviluppo-sostenibile/brundtland-report.html>

https://www.are.admin.ch/are/it/home/sviluppo-sostenibile/politica-sostenibilita/agenda2030/onu_-le-pietre-miliari-dello-sviluppo-sostenibile/1992--conferenza-delle-nazioni-unite-su-ambiente-e-sviluppo--ver.html

<https://www.ecolibrista.it/sviluppo-sostenibile/>

<https://www.mase.gov.it/pagina/lagenda-21>

https://www.are.admin.ch/are/it/home/sviluppo-sostenibile/politica-sostenibilita/agenda2030/onu_-le-pietre-miliari-dello-sviluppo-sostenibile/2002--vertice-mondiale-delle-nazioni-unite-sullo-sviluppo-sosten.html

<https://www.unwto.org/sustainable-development>

<https://www.econote.it/2015/06/09/cosa-significa-fare-turismo-sostenibile/>

<https://asvis.it/l-agenda-2030-dell-onu-per-lo-sviluppo-sostenibile/#>

<https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda#:~:text=Tourism%20has%20the%20potential%20to,oceans%20and%20marine%20resources%2C%20respectively.>

<https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi>

<https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>

<https://alandstravel.com/sustainable-tourism/key-factors-for-post-pandemic-recovery/>

<https://www.globaldata.com/media/travel-tourism/longer-trips-look-set-boom-post-covid-19-says-globaldata/>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8653829/#:~:text=The%20study%20argues%20that%20more,secondary%20tourist%20attractions%20and%20places.>

https://blog.osservatori.net/it_it/neverending-tourism-significato

https://www.collettiva.it/copertine/lavoro/2022/06/16/news/il_turismo_dopo_il_covid-2170114/

<https://www.bitmat.it/blog/tecnologie/sostenibilita/crisi-alberghiera-esiste-una-soluzione-al-carico-energia/>

<https://ensoconnect.com/energy-crisis-and-hospitality/>

<https://www.tgreen.it/impianto-fotovoltaico-per-hotel-vantaggi-e-agevolazioni#:~:text=Per%20il%202022%2C%20in%20merito,entro%20la%20fine%20del%202022.>

<https://www.visitcavallino.com/ita/scopri-il-parco/paesaggi/porte-del-cavallino>

<https://www.comune.cavallinotreporti.ve.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/183>

<https://rent.campellomarine.it/itinerari/veneziah/valli-di-treporti-cavallino/>

[http://gramsci.provincia.veneziah.it/laguna.htm#:~:text=La%20laguna%20%C3%A8%20anche%20habitat,natrix\)%20e%20la%20tartaruga%20palustre.](http://gramsci.provincia.veneziah.it/laguna.htm#:~:text=La%20laguna%20%C3%A8%20anche%20habitat,natrix)%20e%20la%20tartaruga%20palustre.)

<https://www.comune.cavallinotreporti.ve.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/59>

https://www.ilsole24ore.com/art/campeggi-top-italia-strutture-premiate-sport-ristorazione-wellness-AE5W6c3B?refresh_ce=1

<https://www.regione.veneto.it/web/turismo/campeggio1#:~:text=Tali%20parametri%20sono%20stabilizzati,3%2C%204%20e%205%20stelle.>

<https://www.visitcavallino.com/ita/>

<https://www.assocamping.it/it>

<https://www.assocampingweb.it/>

<https://www.tourismitalia.it/il-veneto-la-regione-piu-visitata-ditalia/>

<https://www.riminitoday.it/economia/g20-delle-spiagge-italiane-veneto-ed-emilia-romagna-primi-per-presenze.html>

<https://www.visitcavallino.com/ita/inspirami/mare/la-seconda-spiaggia-italia>

<https://www.comune.rimini.it/novita/una-stagione-turistica-nel-segno-del-piu>

<https://www.italiaatavola.net/tendenze-mercato/horeca-turismo/2022/7/14/flessibile-sostenibile-sicuro-ecco-perche-agli-italiani-piace-turismo-all-aria-aperta/88393/>

<https://www.equotube.it/blog/post/il-turismo-outdoor-un-nuovo-modo-di-viaggiare-tra-natura-e-benessere.html>

<https://www.travel365.it/citta-piu-visitate-in-italia.htm>

<https://actv.avmspa.it/it/content/urbano-veneziah-0>

<https://www.atvo.it/allegati/menu/serviziourbanocavallinotreporti.pdf>

<http://www.bandierablu.org/common/index.asp>
<http://www.bandierablu.org/common/aboutus.asp>
<http://www.bandierablu.org/common/blueflag.asp?anno=2022&tipo=bb>
<http://www.italofarnetani.it/pagine/homepage.htm>
http://www.italofarnetani.it/pagine/bverde_articolo.html#:~:text=CHE%20COSA%20E'%20LA%20BANDIERA,condotta%20dal%20Professore%20Italo%20Farnetani.
<https://www.arpa.veneto.it/++api++/servizi/altri-servizi/certificazioni-ambientali/gli-strumenti-per-la-certificazione/iso-14001-e-regolamento-emas/la-dichiarazione-ambientale>
<https://www.comune.cavallinotreporti.ve.it/emas>
<https://www.patrimoniomondiale.it/?p=322>
<https://www.agenziacoesione.gov.it/comunicazione/agenda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile/>
<https://fiabitalia.it/>
<https://www.comune.cavallinotreporti.ve.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3178>
<https://viapordelio.it/progetto-ciclabile-sulla-laguna/>
<https://www.enzostellamaris.com/it/chi-siamo>
<https://www.enzostellamaris.com/it/servizi>
<https://www.anwb.nl/over-anwb/vereniging-en-bedrijf/organisatie/english-page>
<https://www.viadeiforti.it/it/museo-batteria-pisani/storia/>
<https://www.viadeiforti.it/it/museo-batteria-pisani/esposizioni-e-mostre-in-corso/>
<https://www.vireosrl.it/certificazione/certificazione-gstc-hotel/>
www.etifor.com
<https://www.venicesands.it/>
<https://www.visitcavallino.com/ita/inspirami/sport/intinerari-cicloturistici>
<https://risorsehotel.it/il-turismo/breve-storia-del-turismo.html>
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_-_employment&oldid=445425#In_2019.2C_the_tourism_industries_employed_over_12.5_million_people_in_the_EU
<https://www.sipotra.it/wp-content/uploads/2020/11/Tourism-statistics-annual-results-for-the-accommodation-sector.pdf>
<https://www.visitcavallino.com/ita/dove-dormire>
<https://www.vti.it/it/chi-siamo/sostenibilita/>
<https://www.confcommercio.it/-/focus-camper-campeggi>
<https://www.istituto-albert.it/turismo-outdoor-sostenibile/#:~:text=Il%20turismo%20all'aria%20aperta,lo%20ziplining%20e%20l'escursionismo.>
<https://group.humancompany.com/it/news/estate-2022-studio-outdoor-enit-piepoli>

<https://venetosostenibile.regione.veneto.it/strategia-regionale-srsvs>

https://www.treccani.it/enciclopedia/mezzadria_%28Dizionario-di-Storia%29/

<https://www.mase.gov.it/pagina/rete-natura-2000>