

**ETICA ED ESTETICA AL CENTRO DEL TURISMO DI DOMANI: VALORI E BELLEZZA GENERANO VALORE
ECONOMICO PER UN TURISMO SOSTENIBILE E DI QUALITÀ**
**Formazione, digitalizzazione e accessibilità, temi chiave del
convegno internazionale Meet Tourism Lucca**

Non una ripartenza, ma una vera e propria **rinascita**. Il turismo richiede un **cambio di paradigmi**, questo è quanto è emerso dai numerosi interventi al **Meet Tourism Lucca**, il meeting **internazionale** per la scoperta e la valorizzazione dei **percorsi culturali** e delle destinazioni di eccellenza europee. E' necessaria una trasformazione, una **rigenerazione** che parta da nuovi modelli, una vera e propria rivoluzione che unisca il blu delle **nuove tecnologie** al verde della **sostenibilità**.

Tra le parole chiave di questa seconda edizione emerge il termine: **"etica"** e proprio all'insegna della filosofia morale si è aperto il convegno con il filosofo **Salvatore Veca**, Presidente della Fondazione Campus di Lucca, che ha auspicato per il post pandemia non un ritorno alla normalità, ma una rigenerazione, una **nuova visione** legata all'**etica**.

Come in ogni etica che si rispetti, al centro di questo cambio paradigmatico ci sono certamente **i valori** che gli **Itinerari Culturali Europei** hanno il merito di incarnare, si può guardare dunque a loro come **modello** da cui ripensare il turismo. Gli Itinerari culturali europei, infatti mettono al **centro persone, bellezza, cultura, innovazione, dialogo** interculturale e interreligioso **democrazia** e **diritti umani**, sono l'emblema di un **turismo sostenibile** e di **qualità**.

Il **Meet** si conferma **punto d'incontro** tra **Europa** e **territori**, le 2 giornate di lavoro hanno coinvolto **55 relatori italiani e stranieri**, con la collaborazione di **Organizzazioni Internazionali** (Parlamento Europeo, Istituto Europeo degli Itinerari Culturali Europei, Osservatorio Internazionale Emergenza Turismo) e collegamenti con Canada, Francia e Lussemburgo. Ben **10 itinerari culturali e cammini** coinvolti direttamente, in rappresentanza dei rispettivi paesi Europei ed Extraeuropei. Oltre **2500** partecipanti.

Formazione - Per lavorare sul turismo di domani, non occorre solo cambiare i paradigmi, occorre formare nuove sensibilità, per questo è fondamentale lavorare sulla **trasversalità** e l'**interdisciplinarietà** delle **competenze** (soft skills). Meet Tourism Lucca e Campus hanno proposto di ospitare la prima edizione della **National Academy** degli itinerari culturali, in accordo con l'Istituto Europeo di Lussemburgo. Un "master" di formazione e perfezionamento per tutti gli itinerari italiani già riconosciuti e per i nuovi candidati.

Nuove tendenze - La nuova domanda sarà legata al turismo della **salute**, inteso come stato di benessere psicofisico. Il turismo come viaggio di scoperta, diventa anche viaggio interiore alla scoperta di sé e quindi si unisce al tema del **"ben-essere"** fisico, culturale, spirituale, enogastronomico. Il turismo sarà prevalentemente **open air, diffuso** e più **sostenibile** perché i viaggi saranno individuali o si faranno in piccoli gruppi e quindi più a misura del nostro territorio.

Turista - Il turista psicométrico che vuole ritrovare nella vacanza il suo mondo non è più così di moda, è più attuale un **turista allocentrico** che cerca qualcosa di diverso da sé e che vuole **contaminarsi, co-narrare e co-progettare** privilegiando luoghi all'aperto, in modo **consapevole** e prestando attenzione alla comunità, alla qualità dei servizi e **rispetto** della **qualità ambientale**, attento a valutare il suo **impatto** sulle destinazioni che visita.



Digitalizzazione - E' necessario mettere a disposizione di tutti (anche nelle aree più remote) il diritto di **accesso alla rete**, fondamentale per organizzare un **turismo digitale** dove il viaggiatore sia attore e protagonista del suo viaggio, protagonista **non** di un **turismo statico**, ma di una **dinamicità partecipativa**, dove anche il visitatore porta le proprie conoscenze e diventa egli stesso **promotore del proprio viaggio**.

Tra l'implementazione delle nuove tecnologie, la più adatta per il patrimonio culturale è la **realtà aumentata**, fondamentale per aver contenuti accattivanti. Il **58% dei contenuti informativi** di viaggio **influenza le scelte**, afferma il professor **Frank Miele**, York University e Ryerson University, Toronto, Canada che rivela anche che la realtà aumentata crescerà da **6 miliardi** a oltre **158 miliardi** in 5 anni.

Il valore economico - E' fondamentale **generare economia attraverso i valori**. Il nostro paese ha una **biodiversità culturale** enorme che deve **produrre valore**, sia **culturale** che **economico**. Il turismo sostenibile si lega direttamente alla valorizzazione del **patrimonio diffuso**.

Accoglienza - Il turista è sempre **meno turista** e sempre **più cittadino**. Per questo il sistema turismo deve essere sempre più attento ai **bisogni reali** del visitatore. E' necessario sviluppare una **capacità di accoglienza diffusa** che parta dalla consapevolezza dei cittadini, passando dagli operatori turistici per arrivare alla gestione degli spazi urbani: i turisti sono una ricchezza e devono essere ben accolti ad ogni tipo di livello.

Bellezza - Il valore dell'estetica deve essere rivalutato e rinnovato, sarà un aiuto importante per ritrovare una forma di equilibrio. Il **diritto alla bellezza** dovrebbe essere un elemento fondante dell'identità nazionale. Per una rinascita che ponga l'accento sulla **centralità dell'uomo**, sulla sua **armonia** e il suo **tendere verso la bellezza**; come recita la campagna di promozione della **Regione Toscana**, '**Toscana, Rinascimento senza fine**', il concept studiato da Toscana Promozione Turistica, in collaborazione con Fondazione Sistema Toscana, che richiama l'orazione '**De hominis dignitate**' di **Pico della Mirandola**, ritenuto un "**manifesto**" del **Rinascimento**.

Comunità - Si riparte dalla centralità delle persone. La crescita del turismo dei borghi e nelle aree interne passa da accoglienza e dalla **rinascita delle comunità**. I borghi infatti non devono essere belle bomboniere, ma **centri attivi** e "**vivi**", dobbiamo mantenere le imprese e i cittadini perché l'attrattività dei territori è strettamente collegata alla vivibilità ed all'**autenticità**.

Sostenibilità - E' il "**fil vert**" che sottende **trasversalmente** tutte le tematiche, elemento fondante per i **nuovi stili di vita**: dal cohousing nei borghi al recupero del patrimonio dismesso, dal divario digitale alla fruizione turistica delle aree interne o marginali, agli investimenti sulla **mobilità sostenibile e leggera**.

Accessibilità - Dovrebbe essere **naturale** progettare strutture accessibili e non essere percepito come un mero problema. La centralità delle persone è un valore aggiunto. Anche qui i valori diventano strumento per generare valore economico i dati parlano di **120 milioni** di persone solo nell'ambito europeo hanno **difficoltà a muoversi**, **1 europeo su 6** ha difficoltà di accessibilità. L'obiettivo ideale è quello di un' **accessibilità universale**, non solo legata all'assenza di barriere architettoniche, ma al dialogo interreligioso ed interculturale ed intesa anche come accessibilità alle risorse a e al digitale.



Meet Tourism Lucca è un meeting di respiro internazionale, nato sotto l'Alto Patronato del Parlamento Europeo, con la collaborazione della Commissione Europea, Istituto Europeo degli Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa, con il patrocinio di Regione Toscana, Comune di Lucca, Anci Toscana, il supporto di Toscana Promozione Turistica e la collaborazione di Fondazione Campus di Lucca.

Con la partecipazione di: Parlamento Europeo in Italia, Ufficio di Venezia del Consiglio d'Europa Ministero dei Beni Culturali e Turismo, Osservatorio Internazionale Emergenza Turismo, Scuola dei Beni e delle attività Culturali MIBACT, ICOMOS, CEAM (Conferenza Episcopale Abruzzo e Molise). Regione Toscana, Regione Puglia, Regione Calabria.

Arundhati Roy ha scritto sulla pandemia: "È un portale, un passaggio da un mondo a quello successivo. Possiamo scegliere di attraversarlo, trascinandoci le carcasse dei nostri pregiudizi e del nostro odio, la nostra avarizia, i nostri dati bancari e gli ideali ormai morti, i fiumi e i cieli inquinati. Oppure possiamo attraversarlo alleggeriti, pronti a immaginare un nuovo mondo. E a combattere per esso."

Contatti stampa: Daniela Mugnai – COFFEE – 347 8288287 – danielamugnai.coffee@gmail.com

