



INSIGHT⁺

IMPULSI PER UN TURISMO SVIZZERO DI SUCCESSO

TEMA DI FONDO

L'ATOUT DELLA
SOSTENIBILITÀ

GENERATORE DI INNOVAZIONI
INNOVAZIONE TRAMITE
CO-CREAZIONE

4

I AM PRO SNOW
PROTEGGERE IL CLIMA
DIVENTA LA NORMALITÀ

5

SLOW DESTINATION MORGES
CHI VA PIANO VA
SANO E VA LONTANO

6

CHECK-IN

Care lettrici,
cari lettori,

siamo lieti di presentarvi la newsletter «Insight» in una nuova veste editoriale, che ci auguriamo renderà la lettura ancora più piacevole.

Abbiamo anche ampliato la descrizione dei progetti Innotour sul nostro portale. Vi invito pertanto a visitare il portale www.seco.admin.ch/inntour dove, oltre a tutti i progetti sostenuti da Innotour nel periodo 2016-2019, troverete anche la versione elettronica di «Insight».

La newsletter e il portale sono solo due dei mezzi con cui diffondiamo idee innovative e promuoviamo lo scambio tra i diversi attori del turismo. Così facendo, vogliamo offrire impulsi per un turismo svizzero di successo, come recita il nostro nuovo sottotitolo sulla prima pagina di «Insight».

Il primo numero nella nuova veste editoriale è dedicato alla sostenibilità. Nell'«Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo» vi presentiamo alcuni progetti Innotour esemplari, dall'ideazione di nuove offerte attraverso la co-creazione al versamento di un contributo volontario da parte dei turisti per finanziare misure di protezione del clima. La sostenibilità, insomma, è destinata a diventare un fattore di successo del turismo svizzero.

Dr. Eric Jakob

Ambasciatore, capo della Direzione promozione della piazza economica



FOTO IN COPERTINA

Il turismo sostenibile lascia ricordi indelebili e si assume le proprie responsabilità nei confronti delle generazioni future.

Fonte: iStock

FOCUS SULLA POLITICA: LA CONFEDERAZIONE PROMUOVE LA SOSTENIBILITÀ

UN BENE PER IL TURISMO E LA SOCIETÀ

La Svizzera si sta impegnando a fondo nell'attuazione dell'Agenda 2030 dell'ONU. Perciò la Confederazione promuove il turismo sostenibile con progetti sia in Svizzera che all'estero.



Il parco nazionale fa parte della Rete dei parchi svizzeri, i cui lavori del progetto sono sostenuti da Innotour. La Rete promuove il turismo in sintonia con la natura.

Mireille Lattion, SECO

PROMOZIONE TRAMITE INNOTOUR

La sostenibilità riveste un'importanza crescente per il turismo sia in Svizzera che all'estero. L'ONU ha proclamato il 2017 «Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo». Nel quadro degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti nell'Agenda 2030, il 2017 mira a valorizzare le potenzialità del turismo ai fini di uno sviluppo sostenibile. Una grande opportunità per portare avanti progetti in questo ambito.

La politica del turismo della Confederazione mette l'accento sull'aspetto economico della sostenibilità, senza

però trascurare i fattori ecologici e sociali grazie al programma di promozione Innotour. I finanziamenti vengono concessi solo ai progetti che contribuiscono a rendere più efficiente l'impiego delle risorse e a rispettare gli standard ambientali vigenti in Svizzera.

Innotour promuove la mobilità dolce, l'adeguamento ai cambiamenti climatici, l'eliminazione delle barriere architettoniche, la cultura e le tradizioni locali nonché la protezione del patrimonio naturale. Tutte queste offerte contribuiscono all'affermazione di un turismo sostenibile in Svizzera. In questo numero di Insight troverete alcuni esempi di progetti innovativi.



Il villaggio berbero di Guermasa nel sud-est della Tunisia. In questa regione la SECO collabora all'elaborazione di offerte turistiche sostenibili.

Irenka Krone-Germann, SECO

OPPORTUNITÀ PER I PAESI IN VIA DI SVILUPPO

Si stima che su scala mondiale il turismo rappresenti quasi il 10% del prodotto interno lordo. Nei Paesi in via di sviluppo, questo settore può fare molto per migliorare la situazione generale, creando posti di lavoro, alleviando la povertà, migliorando la difesa dell'ambiente e persino la comprensione interculturale.

Tuttavia, non bisogna dimenticare i molteplici rischi ai quali il turismo è esposto in questi Paesi: disordini politico-sociali, sfruttamento eccessivo delle risorse naturali e del paesaggio, danni ambientali e violazione dei diritti umani.

La Divisione Cooperazione e sviluppo economici della SECO ne è consapevole e attua nei Paesi partner programmi di turismo sostenibile importanti, seguendo quattro linee guida:

- rafforzamento delle condizioni quadro;
- sostegno alla competitività delle destinazioni turistiche;
- trasferimento di conoscenze specialistiche;
- sostenibilità ecologica

Con questi programmi la SECO rafforza l'economia locale e la società dei Paesi partner in maniera durevole.



Jennifer Niederhauser Schlup

Il Verzasca Foto Festival presenta fotografie in modo insolito. Qui le opere della fotografa svizzera Jennifer Niederhauser Schlup esposte su una parete di una casa a Sonogno.

Anne DuPasquier, ARE

IL RUOLO CHIAVE DELLA CULTURA

La cultura può svolgere un ruolo chiave nella promozione del turismo sostenibile. L'innovazione creativa, infatti, fa leva sulle emozioni e può fare molto per diffondere il messaggio dello sviluppo sostenibile e per responsabilizzare maggiormente il settore del turismo.

La città di Zurigo, ad esempio, sostenendo la cultura sia istituzionale che alternativa, ha accresciuto la propria attrattiva e arricchito la propria offerta turistica. All'estero, Bilbao in Spagna e Nantes in Francia hanno puntato sulla cultura e su uno sviluppo urbano sostenibile per affrancarsi dal loro passato di città industriali e diventare destinazioni turistiche di prim'ordine.

Anche nelle regioni si assiste a un'evoluzione dell'offerta turistica attraverso la cultura. È il caso della Valle

Verzasca in Ticino, dove un festival fotografico avvicina i turisti provenienti dalle città alla popolazione locale; o del progetto Sustainable Mountain Art, nel Vallese, che sensibilizza l'opinione pubblica sull'esigenza di tutelare la montagna e sui cambiamenti climatici. Questi e altri sono gli esempi che l'Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE) e l'Ufficio federale della cultura (UFC) illustrano nel nuovo opuscolo intitolato «Cultura e creatività per lo sviluppo sostenibile. Buone pratiche per le collettività pubbliche».

INFORMAZIONI

www.seco.admin.ch/innotour
www.seco-cooperation.admin.ch
www.are.admin.ch/svilupposostenibile

INNOVAZIONE TRAMITE CO-CREAZIONE

CIPRA Svizzera promuove il turismo sostenibile nelle regioni di montagna grazie al generatore di innovazione. Gli interessati potranno presentare le proprie idee entro agosto 2017. Possibilmente le località turistiche, le scuole universitarie e le associazioni dovrebbero collaborare alla creazione di offerte insolite.

Hans Weber, CIPRA Svizzera

Nel 2017, Anno internazionale del turismo sostenibile, il generatore di innovazione offre sostegno tecnico ed economico a chi desidera realizzare idee nelle Alpi e nel Giura. Il generatore di innovazione riunisce gli attori dando vita a un contesto creativo in cui possono nascere offerte insolite. I progetti sostenuti devono essere in linea con i tre obiettivi fondamentali della sostenibilità: economia, ecologia e società.

ATTUAZIONE A PARTIRE DAL 2018

Il progetto del generatore di innovazione si articolerà in tre fasi.

- Nella prima fase, fino al 10 agosto 2017, le idee saranno raccolte e valutate da una giuria di esperti.
- Nella seconda fase, fino alla primavera del 2018, le idee saranno concretizzate per valutarne l'attuabilità effettiva. Quelle con

maggiori probabilità di successo otterranno un contributo iniziale per la realizzazione.

- Nella terza fase, sino alla fine del 2018, la direzione del progetto analizzerà le esperienze e chiarirà se occorre istituire nel lungo periodo un laboratorio d'innovazione destinato a fare rete tra gli operatori innovativi e a sostenerli nello sviluppo di prodotti sostenibili.

Gli operatori turistici di tutte le regioni di montagna dovranno poi riprendere le idee realizzate e metterle in pratica. In tal modo si moltiplicherà l'effetto del generatore di innovazione.

COOPERAZIONI INEDITE

Una particolarità del progetto è il tentativo di rendere possibile l'innovazione con i metodi della co-creazione. Ad esempio, un'azienda e i clienti sviluppano assieme un prodotto. Il generatore di innovazione intende promuov

**INOLTRATE LE VOSTRE IDEE
ENTRO IL 10 AGOSTO 2017:
WWW.INNOVATIONS
GENERATOR.CH**

vere cooperazioni inedite fra località turistiche, scuole universitarie e associazioni.

Al progetto partecipano pertanto anche numerose istituzioni: CIPRA Svizzera funge da promotrice del progetto ed è sostenuta da aziende innovative, dalle scuole universitarie di Lucerna e di Sierre, dalle regioni turistiche dei Grigioni e del Vaud, da Svizzera Turismo e dalla Federazione svizzera del turismo.

Grazie a Innotour è stato possibile realizzare il generatore di innovazione. Le prestazioni proprie fornite da tutti i partner di progetto hanno permesso di destinare gran parte del contributo SECO allo sviluppo delle idee.



Estate 2016: albergo a zero stelle nella valle di Safien, una creazione degli artisti Frank e Patrik Riklin in collaborazione con l'ente per il turismo della valle di Safien. Offerte di pernottamento non convenzionali potrebbero diventare idee per il generatore di innovazione.

PANORAMA

Atout Innotour

Il generatore di innovazione dà impulsi alla creazione di cooperazioni inedite. Aziende, clienti, scuole universitarie e associazioni collaborano alla creazione di offerte insolite per un turismo sostenibile nelle regioni di montagna.

Durata del progetto

2017-2018

Contatto

CIPRA Svizzera
Commissione internazionale
per la protezione delle Alpi
062 390 16 91
schweiz@cipra.org
www.cipra.ch
www.innovationsgenerator.ch

PROTEGGERE IL CLIMA DIVENTA LA NORMALITÀ

Per gli sport invernali ci vuole la neve, che però scarseggia sempre più a causa del riscaldamento globale. Una nuova campagna incoraggia le regioni sciistiche a passare all'energia elettrica rinnovabile al 100% entro il 2030. In tal modo riusciranno a conquistare il favore dei turisti mettendosi in luce come destinazioni attente all'ambiente.



Con cartelloni di questo genere la località sciistica di Laax dà visibilità al proprio impegno e sensibilizza i turisti alla protezione del clima.

Lo snowboardista Nicolas Müller, ambasciatore della campagna I AM PRO SNOW.

Daniel Lüscher, myblueplanet

Nell'inverno 2016/2017 sulle piste grigionesi sveltavano enormi specchi parabolici che fornivano l'energia per la preparazione di spuntini rispettosi del clima. Con i fornelli solari la campagna I AM PRO SNOW invitava a discutere sulla protezione del clima e sulla sostenibilità.

La campagna incoraggia le destinazioni turistiche invernali, le società funiviarie e le aziende produttrici di articoli sportivi a ridurre le proprie emissioni di CO₂ e a dare visibilità al loro impegno in favore di forme di turismo sostenibili. Per fornire i propri servizi turistici le località sciistiche si impegnano a utilizzare esclusivamente energia elettrica rinnovabile al 100%. Hanno già aderito all'iniziativa Laax, Arosa-Lenzerheide e St. Moritz, e altre località seguiranno. Personaggi noti che praticano sport invernali, come Seraina Boner, Sina Candrian, Jonas Hunziker e Nicolas Müller, sono i volti della campagna, creata dall'organizzazione svizzera per la protezione del clima myblueplanet in collaborazione con il Climate Reality Project di Al Gore.

INSIEME PER AUMENTARE LA SOSTENIBILITÀ

La campagna promuove lo scambio di esperienze fra le destinazioni turistiche invernali. Inoltre, gli addetti degli impianti di risalita e degli alberghi seguono corsi di formazione specifici nell'ambito di I AM PRO SNOW, dove possono presentare idee su come usare le risorse in modo consapevole e orientare il proprio lavoro quotidiano alla sostenibilità. Il gattista, ad esempio, risparmia gasolio adottando una condotta di guida ecologica.

Le località sciistiche comunicano ai turisti il proprio impegno in favore della protezione del clima, sensibilizzandoli a usare con parsimonia le risorse.

UNA SCELTA ECOLOGICAMENTE ED ECONOMICAMENTE SENSATA

I AM PRO SNOW contribuisce allo sviluppo sostenibile del turismo svizzero. Nel contempo, le località sciistiche aumentano la propria competitività a livello internazionale. In futuro, infatti, avranno più successo le destinazioni turistiche che utilizzano energie rispettose dell'ambiente e delle risorse. Un numero sempre maggiore di turisti è disposto a spendere per contribuire a tale impegno.

myblueplanet ha potuto realizzare la campagna grazie al sostegno di Innotour. Le località sciistiche si posizionano in tal modo come attori turistici innovativi e responsabili e collaborano per raggiungere un obiettivo comune: un futuro sostenibile con la neve.

PANORAMA

Atout Innotour

Le località turistiche invernali si impegnano a favore di questi obiettivi, coinvolgendo il proprio personale e i turisti. La protezione del clima diventa una cosa normalissima nel turismo.

Durata del progetto

2016-2019

Contatto

myblueplanet
052 203 02 32
info@myblueplanet.ch
www.myblueplanet.ch
(Campagne/I AM PRO SNOW)

CHI VA PIANO VA SANO E VA LONTANO

Da alcuni anni molte offerte turistiche si qualificano come «slow». La regione vodese di Morges coniuga cinque varianti di turismo lento e si propone come «slow destination», strizzando l'occhio agli abitanti dei dintorni del Lago di Ginevra, logorati dallo stress, e ai turisti.



Nella regione di Morges il turismo slow coniuga visite in città, viaggi rilassanti, degustazione di specialità gastronomiche e vini locali e pernottamento in alloggi fuori dall'ordinario.

Oscar Cherbuin, ARCAM

Fino a poco tempo fa gli operatori turistici della regione di Morges non collaboravano tra loro e i pacchetti turistici «tutto compreso» erano rari. Ora, però, hanno deciso di unire le forze e di fare di Morges una vera e propria «slow destination».

IN LINEA CON LE ULTIME TENDENZE

Perché proprio una «slow destination»? Il turismo lento va di moda. È considerato una specie di antidoto allo stress della vita moderna. Viaggiare rilassati, incontrare la popolazione locale, rispettare la natura: è questo lo stile dello «slow traveller», un turista che ama assaggiare le specialità gastronomiche locali, degustare vini, immergersi nella cultura e nella tradizione, spostarsi a piedi, in bicicletta, in battello o in treno.

La regione di Morges sembra fatta apposta per il turismo lento, che è in sintonia con le priorità stabilite dagli operatori turistici locali. Inoltre, lo «slow tourism» soddisfa le esigenze degli abitanti dei dintorni del Lago di Ginevra, alla ricerca di svago e relax.

Per di più, nella regione esistono già diverse varianti di turismo lento, ora raggruppate in un unico pacchetto (v. figura). Nasce così la prima «slow destination», un esempio da imitare per tutta la Svizzera. Altre regioni turistiche faranno tesoro delle esperienze maturate da Morges.

«SLOW TOURISM» PORTA ALLA QUALITÀ

MOLTEPLICI IMPULSI

Lo «slow tourism» stimola la creatività e l'innovazione consentendo agli operatori turistici di evolversi e di distinguersi dalla concorrenza; incoraggia la collaborazione e la creazione di nuovi pacchetti, obbliga a proporre offerte di qualità, dal pernottamento alla ristorazione passando per i servizi. Inoltre reca vantaggi non solo agli operatori turistici ma anche agli agricoltori, ai viticoltori e agli artigiani che, vendendo di più, accrescono il valore aggiunto di tutta la regione.

Le località turistiche di Morges, Bière e St-Prex sono i capisaldi della «slow destination». I partner principali del progetto sono l'Associazione regionale Cossonay-Aubonne-Morges, il Parco

naturale regionale Giura vodese, l'ente per il turismo di Morges e le imprese di trasporto della regione. Innotour sostiene i lavori del progetto.

PANORAMA

Atout Innotour

Combinando tutte le offerte «slow», la regione turistica di Morges mostra un chiaro profilo, orientato al gruppo target principale. La «slow destination» migliora la collaborazione tra gli operatori turistici e incoraggia la creatività e l'innovatività.

Durata del progetto
2016-2020

Contatto

ARCAM (Associazione regionale Cossonay-Aubonne-Morges)
021 862 22 75
info@arcam-vd.ch
www.arcam-vd.ch

PICCOLO CONTRIBUTO, GRANDE RISULTATO

Com'è possibile? Grazie all'iniziativa «cause we care» della Fondazione myclimate, con la quale le imprese turistiche e i loro clienti investono ciascuno l'1% del prezzo d'acquisto nella protezione del clima, promuovendo la sostenibilità a livello sia globale che locale. Nel 2017 è stata lanciata la fase pilota.

Basil Gantenbein, myclimate

Una moderna impresa turistica non può permettersi di trascurare il tema della sostenibilità. Deve fare un uso razionale delle risorse e impegnarsi a favore della protezione ambientale. È questo che si aspetta un numero crescente di persone dal proprio albergo o dagli impianti di risalita.

OSTACOLI PER LE IMPRESE

Tuttavia, la protezione ambientale e la sostenibilità non rientrano tra le attività principali di un'impresa turistica. I dubbi su quali misure siano davvero opportune ed efficaci sono certamente leciti. Basta poco, quindi, per far precipitare il tema in fondo all'elenco delle priorità. «Molte imprese non hanno nemmeno i mezzi necessari per impegnarsi in modo mirato a favore della sostenibilità, per cui viene meno la giustificazione economica», spiega Carol Muggli, responsabile di myclimate per il turismo.

Non solo: un'impresa può anche impegnarsi a proteggere il clima in maniera esemplare, ma se non riesce a coinvolgere nei suoi sforzi anche i propri clienti i risultati saranno scarsi. Come si fa allora a coinvolgerli nelle misure di protezione del clima senza rischiare di spiarzarli?

IL PRINCIPIO «CAUSE WE CARE»

L'iniziativa «cause we care» della Fondazione myclimate offre una soluzione molto semplice: al momento dell'acquisto di una prestazione turistica i clienti possono versare un piccolo contributo volontario a favore della protezione del clima e della sostenibilità, che equivale all'1% del prezzo d'acquisto o dell'ammontare della prenotazione. L'impresa, dal canto suo, raddoppia l'importo donato dal cliente (v. immagine).

I contributi versati dal cliente e dall'impresa vengono depositati nel fondo a destinazione specifica «cause we care» dell'impresa. La metà del contributo del cliente viene destinato

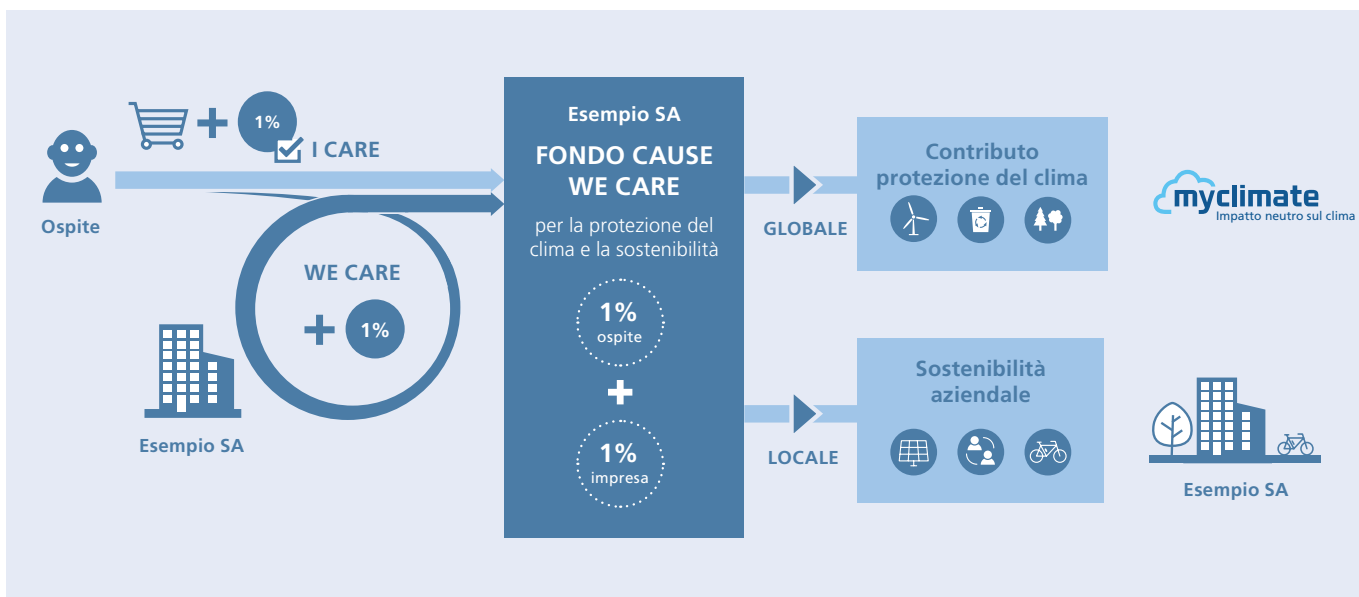
a un progetto di protezione del clima myclimate certificato.

L'altra metà del contributo del cliente e il raddoppio del contributo versato dall'impresa sono a disposizione dell'impresa turistica che può spenderli per attuare misure di protezione del clima quali, ad esempio, l'installazione di un impianto solare, la formazione dei propri dipendenti a un uso parsimonioso delle risorse o l'acquisto di bici elettriche. È possibile anche sensibilizzare gli ospiti o gli studenti a un comportamento rispettoso del clima, ad esempio in cucina.

WIN-WIN-WIN

Con il suo contributo volontario, l'ospite si assume la responsabilità delle emissioni di gas serra a lui imputabili, riceve una prestazione a impatto neutro sul clima e promuove la protezione del clima a livello globale. Inoltre, sprona l'operatore turistico alla sostenibilità promuovendo la protezione del clima a livello locale.

CONTINUA →



Le imprese turistiche e i loro clienti promuovono insieme la sostenibilità: grazie a «cause we care» le imprese offrono servizi e prodotti a impatto neutro sul clima e ricevono fondi per attuare opportune misure organizzative.

→ L'impresa, a sua volta, viene premiata per il proprio impegno con fondi supplementari da impiegare per migliorare la propria efficienza climatica.

In veste di organizzazione di utilità pubblica per la protezione del clima, myclimate garantisce un impiego efficace ed effettivo dei fondi. «Con questo programma vogliamo offrire un sostegno consistente per fare degli operatori turistici svizzeri dei pionieri della protezione del clima. A sua volta, la sensibilizzazione degli ospiti fa aumentare la domanda di offerte rispettose dell'ambiente», afferma René Estermann, direttore di myclimate.

«cause we care» crea quindi una situazione win-win-win, con vantaggi per gli ospiti, le imprese e il clima.

FASE DI AMPLIAMENTO DAL 2018

Il progetto può contare sul sostegno di partner prestigiosi. Nel 2017, durante la fase di lancio, a «cause we care» hanno partecipato sei operatori e tre destinazioni (v. tabella).

Riunendo le imprese che partecipano a «cause we care» in una rete di cooperazione è possibile valorizzarne ulteriormente le prestazioni. In una seconda fase del progetto, myclimate prevede di estendere questa rete anche ad altre imprese aiutandole, da un lato, a scambiarsi idee innovative e, dall'altro, a procurarsi preziosi contatti con potenziali clienti attraverso il cross marketing. La fase di ampliamento, aperta a tutti gli operatori interessati, prenderà il via nel 2018.

Innotour sostiene il programma con un contributo ai costi della fase pilota.



Destinazioni pilota

Andermatt
Heidiland
Scuol Samnaun Val Monastero

Operatori pilota

Berg+Tal AG
Niesenbahn AG
Vacanze Reka
Ostelli della gioventù svizzeri
Switzerland Explorer
Wildout Naturerlebnisse

Partner di progetto

hotelleriesuisse
Svizzera Turismo
Federazione svizzera del turismo FST
Funivie Svizzere
Università di Scienze applicate di Zurigo ZHAW

Questi sono i partecipanti al progetto pilota «cause we care» nel 2017.

Progetto di protezione del clima myclimate nelle Alpi vallesane: il nuovo rifugio del Monte Rosa è un progetto esemplare per le strutture ricettive sostenibili.

PANORAMA

Atout Innotour

Grazie a «cause we care» le imprese turistiche possono coinvolgere i loro clienti nella protezione del clima. Inoltre, riunite in una rete di cooperazione, le imprese scoprono nuove prospettive per la commercializzazione di prestazioni rispettose dell'ambiente.

Durata del progetto

2017-2019

Contatto

Fondazione myclimate
044 500 43 50
info@myclimate.org
www.myclimate.org

ALTRI IMPULSI: TUTTI I PROGETTI INNOTOUR SI TROVANO AL SITO www.seco.admin.ch/innotour



CONTATTO

Christoph Schlumpf
Responsabile del programma Innotour
christoph.schlumpf@seco.admin.ch
058 462 27 15

DOMANDE INNOTOUR

Segreteria di Stato dell'economia SECO
Politica del turismo, Innotour
Holzikofenweg 36
3003 Berna