

Domani la giornata mondiale del turismo sostenibile. A TTG Incontri i progetti e le idee per combattere l'overtourism

Rimini, 26 settembre 2017 – Valorizzare nuove mete, come i centri cosiddetti minori, promuovere esperienze innovative di turismo culturale e soprattutto fare sistema, distribuendo meglio i flussi turistici, piuttosto che pensare a soluzioni come chiusure delle città e nuova tassazione.

Queste le istruzioni che arrivano direttamente dal **Mibact** per andare incontro all'evoluzione dei trend turistici e a problemi come il cosiddetto *overtourism*, e per promuovere un turismo sempre più sostenibile.

Un tema, quello dell'*overtourism*, che non mancherà tra quelli che verranno trattati nell'ambito di **TTG Incontri**, il grande appuntamento con il business turistico in programma **dal 12 al 14 ottobre** prossimi alla **Fiera di Rimini**.

Per il primo anno sotto le insegne di **Italian Exhibition Group**, player fieristico nato dall'integrazione tra Rimini Fiera e Fiera di Vicenza, il **54° TTG Incontri**, si svolgerà in contemporanea con il **66° SIA GUEST (salone internazionale dell'accoglienza alberghiera)**, e il **35° SUN (dedicato all'outdoor, agli stabilimenti balneari e al mondo del campeggio)**.

Alla giornata inaugurale, il 12 ottobre, interverrà il Ministro dei beni culturali e del turismo Dario Franceschini.

Il tema dell'*overtourism* si inserisce a pieno titolo nella sfera del confronto sul **turismo sostenibile**, cui è dedicata la **Giornata Mondiale del Turismo che si celebra domani, mercoledì 27 settembre**. Per l'Italia "la sostenibilità è una strategia di sviluppo che punta all'Italia Museo Diffuso per diffondere i benefici di un turismo attento alle identità e eccellenze italiane" ha dichiarato nei giorni scorsi lo stesso ministro Dario Franceschini.

Overtourism e la battaglia per lo sviluppo di un turismo sostenibile. Come migliorare la convivenza fra turisti e cittadini con idee e progetti di evoluzione e trasformazione urbana è il tema del convegno in programma **giovedì 12 ottobre (ore 15.00)** a **TTG Incontri 2017**.

Il tema del sovraffollamento turistico e delle diverse soluzioni intraprese dai territori per non soffocarli ha dominato la cronaca estiva. Il problema viene affrontato anche nelle sedi istituzionali e ministeriali, per trovare soluzioni che non danneggino gli operatori del comparto e che non siano, al

contempo, penalizzanti per i territori e le popolazioni che abitualmente li abitano.

Ne parleranno a TTG Incontri **Marianna Marcucci**, co-founder di Invasioni Digitali, progetto nato nel 2013 con l'intento di coniugare gli strumenti del digitale al mondo dei beni culturali; **Andrea Casadei**, coordinatore di Pass4VENice, progetto che propone una idea innovativa di accesso alla città di Venezia; ed **Emanuela Donetti**, founder di Urbano Creativo, che parlerà di design delle destinazioni.

“L'idea che ci muove – **spiega Marianna Marcucci** – è quella di promuovere le destinazioni culturali attraverso la partecipazione attiva dei turisti, utilizzando anche gli strumenti digitali a partire dallo smartphone”. L'obiettivo è quello di rendere più responsabile, consapevole, e divertente, la fruizione del bene culturale, allargando l'interesse anche a ciò che è meno noto.

Va nella direzione di un turismo sostenibile anche il **Progetto di Eccellenza sulle Esperienze Innovative di Turismo Culturale: residenze reali, ville, castelli e giardini storici**, che vede unite la Regione **Piemonte** – capofila – e le **Regioni partner Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Valle d'Aosta e Veneto**. Il progetto, voluto dal Mibact, verrà presentato **venerdì 13 ottobre** (ore 10) a TTG Incontri.

L'obiettivo è quello di sviluppare un circuito turistico integrato di promozione e valorizzazione del patrimonio di residenze, giardini e ville storiche dei territori coinvolti, con un investimento di 350mila euro da parte del Ministero e di altri 350mila, coperti al 10% da fondi regionali, per il solo Piemonte. Verrà in particolare realizzata una mappa che segnala tutte le dimore storiche, ville, castelli e giardini, con informazioni turistiche e un QR code per ampliare l'informazione. Inoltre sarà realizzato un video promozionale emozionale sul prodotto; tra le azioni di comunicazione è prevista una strategia di marketing digitale, via social media e tramite un mini-sito dedicato che conterrà le informazioni e i link ai prodotti turistici.