



Turismo sostenibile, responsabile e digitale

Strategie, iniziative e buone pratiche nell'Unione europea e in Trentino

Martina Zini - Ufficio per i Rapporti con l'UE della Provincia autonoma di Trento

*In copertina: Michele Pagnani
Unsplash*

Questo dossier è stato redatto nel corso di un tirocinio formativo che l'autrice ha svolto presso l'Ufficio per i Rapporti con l'Unione europea della Provincia autonoma di Trento. Il suo contenuto non riflette la posizione ufficiale della Provincia autonoma di Trento: le informazioni e le opinioni contenute sono pertanto da considerarsi esclusivamente di responsabilità dell'autrice.



IL TURISMO SOSTENIBILE, RESPONSABILE E DIGITALE
Strategie, iniziative e buone pratiche nell'Unione europea e in Trentino

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO I - Il turismo nell'Unione europea	
1. Il turismo nell'agenda dell'Unione europea: base giuridica, competenze e ruolo delle istituzioni, priorità strategiche.....	4
2. Il turismo come settore strategico: dati e dimensione economica.....	7
3. Transition pathway for tourism: turismo verde e turismo digitale.....	9
4. L'Agenda per il turismo 2030 e le prospettive future di sviluppo del turismo europeo.	12
CAPITOLO II - Turismo sostenibile, responsabile e digitale in Europa: reti, piattaforme, iniziative e buone pratiche	
1. Piattaforme, iniziative e reti per il turismo sostenibile, responsabile e digitale nell'Unione europea.....	17
2. Buone pratiche e casi studio europei: iniziative di turismo sostenibile, responsabile e digitale.....	22
CAPITOLO III - Il turismo sostenibile, responsabile e digitale nella Provincia autonoma di Trento	
1. Il quadro normativo e istituzionale provinciale, strategie e priorità della Provincia autonoma di Trento nel settore del turismo.....	26
2. Enti per il turismo sostenibile e responsabile in Trentino: Trentino Marketing, Agenzie Territoriali d'Area (ATA) e Aziende per il Turismo (APT).....	30
3. Pratiche e iniziative di turismo sostenibile, responsabile e digitale nella Provincia autonoma di Trento.....	33
CONCLUSIONE	35
BIBLIOGRAFIA	37

INTRODUZIONE

Il turismo rappresenta un settore strategico sia per l'Unione europea che per la Provincia autonoma di Trento, con migliaia di persone che ogni anno si spostano per vacanze o soggiorni, sia all'interno del proprio Paese sia all'estero. Grazie alle soluzioni di mobilità promosse dall'UE, i cittadini europei possono spostarsi sempre più facilmente, vivendo esperienze di viaggio più accessibili. Con l'aumento dei flussi turistici, cresce anche la necessità di una loro gestione organizzata, sostenibile e responsabile, che offra esperienze di qualità per i visitatori e garantisca al contempo armonia e vivibilità per i residenti. Per questo sono stati sviluppati strumenti specifici che favoriscono un turismo sostenibile, resiliente e digitale, capace di rispettare il territorio.

La Provincia autonoma di Trento, anche grazie a iniziative come la Strategia per lo Sviluppo Sostenibile, ha sviluppato un modello di turismo intelligente, che combina sostenibilità e innovazione digitale. In questo modo la Provincia tutela l'ambiente e, allo stesso tempo, rende l'offerta turistica trentina competitiva e attrattiva sui mercati nazionali e internazionali. Questo è possibile grazie al coinvolgimento di diversi attori locali, tra cui Trentino Marketing e le sue agenzie sul territorio, che promuovono un modello di turismo verde, resiliente e digitale, in linea con le principali linee guida dell'UE in materia di turismo.

Questo dossier intende fornire una panoramica generale del turismo nell'Unione europea e in Trentino. Il primo capitolo fornirà un quadro del settore turistico all'interno dell'Unione europea, analizzando la base giuridica europea in materia di turismo, le competenze e il ruolo delle istituzioni, nonché le principali priorità strategiche dell'Unione. Successivamente, verranno presentati i principali dati sul turismo e analizzati due documenti chiave: il *Transition Pathway for Tourism* e l'Agenda per il turismo 2030 che definiscono le linee guida per lo sviluppo a livello europeo e locale di un turismo verde, resiliente e digitale. Infine, verranno presentate le prospettive future sul settore, con riferimento al nuovo Quadro Finanziario Pluriennale 2028 - 2034 e alla nuova Strategia dell'UE per il turismo sostenibile.

Il secondo capitolo, invece, presenterà le principali piattaforme, iniziative, strumenti e reti europee nel settore del turismo. Questi strumenti, alcuni sviluppati direttamente dall'Unione europea, mentre altri di iniziativa privata, risultano particolarmente utili per gli operatori e gli esperti del settore per lo scambio di buone pratiche, la creazione di reti e la condivisione di

esperienze. Alcuni esempi sono la piattaforma dell'UE per il turismo, la *European Travel Commission* e iniziative come la Capitale europea del turismo intelligente e la Città pioniera verde europea del turismo intelligente. Successivamente verranno presentati alcuni esempi di buone pratiche europee. Tra questi, il caso di Montafon, in Austria, che grazie a un approccio innovativo ha promosso un modello di gestione del turismo più equilibrato e rispettoso dell'ambiente. Un altro esempio sarà quello della regione spagnola Castilla y León, che ha sviluppato un'applicazione basata sull'intelligenza artificiale applicata all'enoturismo per fornire informazioni turistiche, culturali e gastronomiche ai visitatori.

Infine, il terzo capitolo offrirà un quadro del sistema turistico trentino. In particolare, verranno presentate le strategie e priorità della Provincia autonoma di Trento per quanto riguarda il turismo, evidenziando il ruolo chiave di alcuni attori del territorio che si occupano di questo settore come Trentino Marketing, le Agenzie Territoriali d'Area e le Aziende per il Turismo. Successivamente, verrà analizzato il caso di Madonna di Campiglio come buona pratica di turismo sostenibile e responsabile, insieme alla campagna "*Respect Trentino*" promossa dall'Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente della Provincia autonoma di Trento, come esempio di digitalizzazione del settore turistico.

CAPITOLO I - Il turismo nell'Unione europea

Il primo capitolo di questo dossier intende fornire un quadro del settore turistico all'interno dell'Unione europea. In particolare, verranno analizzati la base giuridica europea in materia di turismo, le competenze e il ruolo delle istituzioni sovranazionali, nonché le principali priorità strategiche dell'Unione. Successivamente, saranno presentati i principali dati sul turismo e analizzati due documenti chiave, pubblicati rispettivamente da Commissione e Consiglio dell'Unione europea: il *Transition Pathway for Tourism* e l'Agenda per il turismo 2030. Infine, il capitolo offrirà alcune prospettive future sul settore, con riferimento al nuovo Quadro Finanziario Pluriennale 2028 - 2034 e alla nuova Strategia dell'UE per il turismo sostenibile.

1. Il turismo nell'agenda dell'Unione europea: base giuridica, competenze e ruolo delle istituzioni, priorità strategiche

*“L'Unione completa l'azione degli Stati membri nel settore del turismo, in particolare promuovendo la competitività delle imprese dell'Unione in tale settore. A tal fine l'azione dell'Unione è intesa a: a) incoraggiare la creazione di un ambiente propizio allo sviluppo delle imprese in detto settore; b) favorire la cooperazione tra Stati membri, in particolare attraverso lo scambio delle buone pratiche.”*¹

L'articolo 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea stabilisce che l'UE sostiene, coordina e integra le politiche nazionali in materia di turismo. Riconosciuto come settore strategico per consolidare la posizione dell'Europa come principale destinazione mondiale, il turismo contribuisce al contempo alla crescita economica, all'occupazione e all'attrattiva dell'Europa, facendo attenzione anche alle dimensioni sociali e ambientali.²

Il sistema turistico dell'Unione europea è un sistema vario e complesso che coinvolge diversi attori tra cui imprese in diversi settori, servizi di ristorazione e online, fornitori di informazioni, agenzie di viaggio e tour operator, fornitori di alloggi, organizzazioni di gestione delle destinazioni e trasporto passeggeri. Questa complessità fa sì che il turismo

¹ [EUR-Lex - Art. 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea](#)

² [Overview of EU tourism policy - Commissione europea](#)

abbia un impatto rilevante sull'economia europea. Infatti, secondo le previsioni elaborate dal *World Travel and Tourism Council* (WTTC), il turismo avrebbe contribuito nel 2025 per quasi 1,9 trilioni di euro al prodotto interno lordo dell'Unione europea, pari a circa il 10,5% dell'economia europea, mostrando una dinamica di crescita continua che lo porterebbe a circa 2,3 trilioni di euro entro il 2035.³

Data la rilevanza economica del settore e la sua struttura articolata, l'Unione europea, pur non disponendo di una competenza esclusiva o concorrente, svolge un ruolo importante nel sostegno e nel coordinamento delle politiche nazionali in materia di turismo.⁴ L'articolo 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea stabilisce che il Parlamento europeo e il Consiglio definiscono misure specifiche destinate a completare le azioni degli Stati membri, senza armonizzare le legislazioni nazionali, adottandole tramite la procedura legislativa ordinaria.⁵ Attraverso atti normativi come, ad esempio, la direttiva sui pacchetti turistici⁶ che garantisce standard minimi comuni per la protezione dei turisti nei confronti di disservizi o inadempienze da parte degli operatori, l'Unione europea contribuisce a migliorare il funzionamento del settore turistico.

Nonostante il turismo non sia una competenza esclusiva ma di sostegno dell'Unione europea, le istituzioni europee esercitano un ruolo fondamentale di supporto e coordinamento. La Commissione europea promuove strategie a favore di un turismo sostenibile, innovativo e accessibile, incoraggiando gli Stati membri a sviluppare politiche condivise e fornendo supporto finanziario attraverso fondi strutturali e programmi specifici. Attraverso il Comitato consultivo per il turismo (TAC), facilita gli scambi di rappresentanti dei Paesi dell'UE in materia di turismo e di prestazione di servizi per i turisti. La Commissione coopera strettamente con altri organi dell'UE, come il Consiglio, il Parlamento, il Comitato economico e sociale e il Comitato delle regioni, nonché con organizzazioni internazionali come l'Organizzazione mondiale del turismo (UNWTO), l'OCSE e il Consiglio d'Europa,

³ WTTC Claims Travel & Tourism to Create 4.5m. New Jobs across the EU by 2035 - World Tourism Cities Federation, 11 aprile 2025

⁴ [EUR-LEx - Art. 6 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea](#)

⁵ [EUR-Lex - Art. 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea](#)

⁶ [Direttiva \(UE\) 2015/2302](#) del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015, relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 90/314/CEE del Consiglio

mentre per attrarre turisti da Paesi terzi, collabora con la *European Travel Commission* (ETC).⁷ Rispetto al passato, un elemento di novità rilevante della nuova Commissione è la presenza di un Commissario europeo con una delega specificamente dedicata ai trasporti sostenibili e al turismo. Infatti, la Presidente Ursula von der Leyen, nella lettera di incarico al Commissario Apostolos Tzitzikostas, ha indicato come priorità la promozione di un turismo resiliente e competitivo, in linea con l'Agenda europea per il turismo 2030, con particolare attenzione alla sostenibilità, alla coesione sociale e alla resilienza del settore di fronte a cambiamenti climatici, squilibri di sviluppo, tensioni geopolitiche e pressioni economiche.⁸

Il Parlamento europeo, invece, attraverso la Commissione TRAN (trasporti e turismo), ha un ruolo centrale nel coordinamento delle politiche turistiche dell'UE, nel rispetto delle competenze degli Stati membri. La sua attività si concentra sul monitoraggio e sulla definizione degli orientamenti strategici, promuovendo il coordinamento tra gli Stati su temi chiave quali sostenibilità, gestione dei flussi turistici, digitalizzazione, sviluppo delle competenze professionali e resilienza del settore. La Commissione TRAN opera tramite una *Tourism Task Force*, favorendo il dialogo tra parlamentari, istituzioni e stakeholder, e attraverso relazioni che formulano raccomandazioni politiche sul futuro del turismo europeo. Inoltre, incide indirettamente sul turismo mediante la legislazione sui trasporti, la connettività, i diritti dei passeggeri e la mobilità, elementi essenziali per garantire un turismo accessibile, competitivo e sostenibile in tutta l'Unione.⁹

Nel suo complesso, l'Unione europea definisce le proprie priorità strategiche in materia di turismo sulla base di due documenti chiave: il *Transition Pathway for Tourism* e l'Agenda per il turismo 2030, mentre per la primavera del 2026 è prevista la pubblicazione di una nuova Strategia europea per il turismo sostenibile. Gli obiettivi strategici principali riguardano la transizione verde, finalizzata a rendere il turismo più sostenibile dal punto di vista ambientale; la transizione digitale, volta a promuovere l'innovazione e la digitalizzazione del settore; la resilienza e l'inclusione, orientate a rafforzare la capacità del sistema turistico europeo di affrontare shock economici, sanitari o climatici; e, infine, lo sviluppo delle competenze per valorizzare il capitale umano e professionale del settore.

⁷ [Overview of EU tourism policy - Commissione europea](#)

⁸ [Lettera di incarico di Ursula von der Leyen ad Apostolos Tzitzikostas – 17 settembre 2024](#)

⁹ [Parlamento Europeo – Commissione Trasporti e Turismo](#)

2. Il turismo come settore strategico: dati e dimensione economica

Nel 2025 il turismo europeo ha mostrato un livello di attività importante, confermando il recupero rispetto agli anni precedenti. L'Europa ha registrato 793 milioni di turisti internazionali, con un aumento del 4% rispetto al 2024 e del 6% rispetto al 2019. L'Europa occidentale (+5%) e l'Europa meridionale e mediterranea (+3%) hanno confermato una performance solida, mentre l'Europa centrale e orientale ha registrato una forte ripresa (+6%), anche se gli arrivi restano inferiori del 9% rispetto ai livelli del 2019.¹⁰

Nel primo trimestre del 2025, le strutture ricettive dell'Unione europea hanno registrato 452,4 milioni di pernottamenti, un valore sostanzialmente stabile rispetto allo stesso periodo del 2024 (-0,2%).¹¹ I pernottamenti dei visitatori internazionali sono aumentati dell'1,1%, rappresentando il 45,6% del totale, a conferma dell'incremento della domanda estera.¹² Rispetto al 2024, nel 2025 il numero di pernottamenti nelle strutture ricettive turistiche è aumentato in quasi tutti i Paesi dell'UE e gli incrementi maggiori si sono registrati a Malta (+10%), in Polonia (+7%) e in Lettonia (+6%), mentre lievi diminuzioni si sono osservate in Romania (-1%) e in Irlanda (-2%).¹³

Per quanto riguarda la domanda interna, nel 2023 i residenti dell'UE hanno speso circa 555 miliardi di euro in viaggi turistici. Nello stesso anno, il 65% della popolazione europea ha effettuato almeno un viaggio per motivi di svago; di questi, il 43% ha viaggiato all'interno del proprio Paese, mentre il 57% ha effettuato viaggi all'estero, evidenziando il ruolo rilevante sia del turismo interno all'UE sia di quello internazionale.¹⁴

Secondo la *EU Tourism Platform*, il 2025 ha confermato l'attrattività del settore con una domanda ancora forte, ma con una crescita più graduale condizionata da alcuni fattori come la stagionalità del turismo. Nel complesso emerge un settore resiliente, dinamico ma allo

¹⁰ International tourist arrivals up 4% in 2025 reflecting strong travel demand around the world - UN Tourism, 21 gennaio 2026

¹¹ EU tourism nights in the first quarter of 2025 - Eurostat

¹² [Tourism in 2025: Key Trends, Developments and EU Policy Highlights - EU Tourism Platform](#)

¹³ EU tourism nights at record 3.08 billion in 2025 - Eurostat

¹⁴ Money-maker or scourge? Tourism across the EU flourishes - Enr

stesso tempo disomogeneo dato che le performance variano tra le destinazioni e diventa sempre più importante la capacità dei territori di gestire la domanda in modo efficace.¹⁵

Dal punto di vista economico, il turismo si conferma uno dei settori più rilevanti per l'Unione europea. Secondo stime recenti rappresenta circa il 5,1% dell'economia europea, evidenziando il suo peso all'interno dell'Unione.¹⁶ Il turismo europeo ha inoltre un impatto significativo sull'occupazione. Nel 2022, il settore contava circa 2,4 milioni di imprese, che impiegavano 12,3 milioni di lavoratori. Considerando anche gli effetti indiretti, alcune stime indicano che il turismo possa sostenere fino a 23 milioni di posti di lavoro nell'Unione europea. Tuttavia, permangono criticità rilevanti: nel 2025 il 92% delle piccole e medie imprese turistiche ha segnalato difficoltà nel reperire personale qualificato, mentre tra il 10% e il 20% delle posizioni nel settore dell'ospitalità risulta scoperto, per un totale stimato di circa un milione di posti vacanti.¹⁷

Per analizzare meglio il settore turistico, l'Unione europea si è dotata di alcuni strumenti per sviluppare dati accurati e aggiornati come la *EU Tourism Dashboard* della Commissione europea che raccoglie e sintetizza diversi indicatori per analizzare la performance del turismo nei Paesi dell'Unione europea.



Figura 1: Indicatori della EU Tourism Dashboard relativi ai pilastri ambientale (Green pillar), digitale (Digital pillar) e socio-economico (Socio-economic pillar) in Italia nel 2024.

¹⁵ [European Tourism in 2025: Performance - EU Tourism Platform](#)

¹⁶ WTTC Claims Travel & Tourism to Create 4.5m. New Jobs across the EU by 2035 - World Tourism Cities Federation, 11 aprile 2025

¹⁷ Money-maker or scourge? Tourism across the EU flourishes - Enr

Per l'Italia, i dati più recenti del 2024 evidenziano come il turismo sia un settore rilevante e come si sviluppi nei tre pilastri: verde, digitale e socio-economico.¹⁸ Il “*Green pillar*” mostra una buona qualità delle acque, pur con un’alta intensità di emissioni legate al settore turistico e al trasporto aereo e un’elevata dipendenza dai flussi turistici provenienti da Paesi lontani, ma comunque in linea con la media europea. Il grafico evidenzia anche un buon utilizzo dei trasporti ferroviari, simile agli altri Paesi, ma con margini di miglioramento.

Il “*Digital pillar*” mostra come le principali destinazioni turistiche offrano connessioni internet adeguate e come le imprese utilizzino ampiamente i social media, con una presenza di e-commerce moderata. Tuttavia, poche imprese sono in cerca di specialisti ICT e la formazione digitale del personale resta abbastanza bassa, portando così a uno scarso sviluppo dell’innovazione e della competitività.

Infine, il pilastro socio-economico evidenzia un’elevata intensità dei flussi turistici e una forte stagionalità, che contribuiscono in modo significativo all’occupazione, ma allo stesso tempo aumentano la pressione sui territori. Parallelamente, la spesa media dei turisti è nella media e l’offerta del turismo è abbastanza diversificata.¹⁹

Questi grafici illustrano i punti di forza e di debolezza del turismo italiano e evidenziando specifiche aree del settore che presentano significativi margini di miglioramento.

3. *Transition pathway for tourism: turismo verde e turismo digitale*

Il 10 marzo 2020 la Commissione europea ha adottato una nuova strategia industriale volta a sostenere l’industria dell’UE nel guidare le transizioni verde e digitale, rafforzare la competitività dell’Unione a livello globale e consolidare l’autonomia strategica.²⁰ A seguito dell’esperienza della pandemia da COVID-19, l’aggiornamento della strategia nel maggio 2021 ha evidenziato la necessità di accelerare ulteriormente tali transizioni e di aumentare la

¹⁸ I grafici della EU Tourism Dashboard rappresentano i diversi indicatori attraverso grafici radiali. Ogni segmento corrisponde a un indicatore e la sua estensione mostra il valore su una scala da 1 a 100: valori più elevati indicano una performance migliore, anche se, a seconda dell’indicatore, un valore più alto non rappresenta necessariamente un risultato positivo. I colori nei grafici indicano il valore medio dei Paesi dell’Unione europea, facilitando il confronto tra il singolo paese e la media UE.

¹⁹ [Updated facts and figures on EU tourism available now - Commissione europea](#)

²⁰ [European industry strategy - Commissione europea](#)

resilienza degli ecosistemi industriali europei.²¹ Il settore del turismo, tra i più colpiti dalla pandemia, ha dovuto affrontare sfide importanti per realizzare la transizione verde e digitale. Il *Transition Pathway for Tourism* è stato sviluppato nel 2022 per guidare il settore del turismo nel percorso di tale trasformazione, indicando le misure e i risultati necessari per accelerare le transizioni verde e digitale e rafforzare la resilienza del settore.²²

Il turismo verde

Sulla base del Green Deal europeo, che punta a ridurre le emissioni di gas serra di almeno il 55% entro il 2030 e a raggiungere la neutralità climatica entro il 2050, il *Transition Pathway for Tourism* offre un quadro strategico per guidare il settore turistico verso pratiche più sostenibili e responsabili e indica le principali aree di intervento per raggiungere questi obiettivi.

- **Mobilità sostenibile:** incoraggia le compagnie di trasporto passeggeri a sviluppare piani concreti di riduzione delle emissioni di gas serra. Inoltre, promuove un miglioramento dell'attrattività del trasporto ferroviario per i visitatori, favorendo così spostamenti più sostenibili.
- **Economia circolare e gestione sostenibile dei servizi turistici:** evidenzia l'importanza di utilizzare ingredienti a filiera locale e a bassa impronta ambientale, ridurre gli sprechi alimentari, aumentare l'efficienza nell'uso dell'acqua e garantire un corretto smaltimento dei rifiuti.
- **Transizione verde delle imprese turistiche:** anche le piccole e medie imprese sono incoraggiate ad adottare pratiche sostenibili, dall'efficienza energetica degli edifici e delle strutture ricettive, all'uso di materiali a basso impatto ambientale, fino alla promozione di pratiche sostenibili.

In questo modo, il *Transition Pathway for Tourism* propone una strategia in cui mobilità, servizi e gestione aziendale si combinano per favorire un turismo più sostenibile, responsabile e allineato agli obiettivi climatici dell'Unione europea.²³

²¹ [EUR-Lex - Aggiornamento della nuova strategia industriale 2020: costruire un mercato unico più forte per la ripresa dell'Europa](#)

²² [Transition Pathway for Tourism](#) - Commissione europea, 2 febbraio 2022

²³ [The green transition of tourism - Commissione europea](#)

Il turismo digitale

Il *Transition Pathway for Tourism*, inoltre, sottolinea l'importanza della transizione digitale per rafforzare e modernizzare il settore turistico europeo. In particolare, evidenzia diversi ambiti di intervento:

- **Servizi basati sui dati e gestione delle destinazioni:** promuove lo sviluppo di servizi turistici guidati dai dati, incoraggiando una maggiore condivisione di informazioni per migliorare l'esperienza personalizzata dei visitatori e il monitoraggio delle destinazioni.
- **Accessibilità e collaborazione online:** promuove il miglioramento della disponibilità di informazioni sull'offerta turistica tramite canali online e piattaforme dedicate, che mirano a facilitare l'accesso delle PMI e delle destinazioni turistiche a dati, strumenti, opportunità di condivisione di buone pratiche e scambio di conoscenze.
- **Ricerca e innovazione:** sostiene progetti pilota di ricerca e innovazione, sia nel campo del turismo circolare e rispettoso del clima, sia nello sviluppo di servizi digitali avanzati per il settore.
- **Spazio dati del turismo:** promuove l'attuazione, da parte dei portatori di interesse, di azioni preparatorie per la creazione di uno spazio dati europeo del turismo.
- **Sensibilizzazione e supporto alle PMI:** incoraggia le PMI del settore turistico a comprendere i benefici della digitalizzazione e a sfruttare i programmi di digitalizzazione europei, nazionali e regionali già esistenti.

Il *Transition Pathway for Tourism* sostiene dunque la digitalizzazione del turismo, combinando l'uso strategico dei dati, l'innovazione tecnologica, la collaborazione tra operatori e la formazione delle PMI per rendere il settore più efficiente e competitivo.²⁴

A seguito della pubblicazione del *Transition Pathway for Tourism* la Commissione europea ha invitato gli stakeholder a impegnarsi nella transizione verde e digitale del turismo europeo. A luglio 2024 avevano aderito 241 organizzazioni di 26 Stati membri e 10 Paesi extra-UE, presentando 529 impegni concreti, in aumento rispetto al 2023. Un dato particolarmente positivo è rappresentato dall'elevata partecipazione delle PMI e dall'ingresso di nuovi stakeholder. Spagna, Belgio e Italia si confermano i Paesi più attivi, mentre il processo di raccolta degli impegni resta aperto e sostenuto dalla Commissione europea attraverso

²⁴ [The digital transition of tourism - Commissione europea](#)

momenti di confronto e monitoraggio continuo, in coerenza con gli obiettivi dell'Agenda europea per il turismo 2030.²⁵

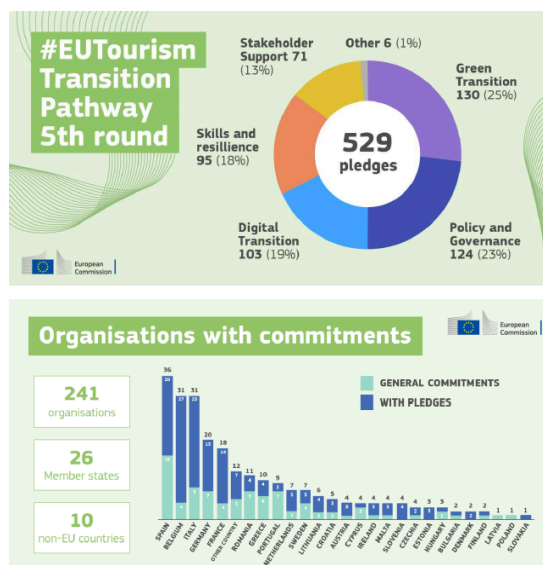


Figura 2: Panoramica degli impegni per area del Transition Pathway for Tourism e delle organizzazioni impegnate per Paese (2024).

4. L'Agenda per il turismo 2030 e le prospettive future di sviluppo del turismo europeo

L'Agenda per il turismo 2030

Nel dicembre 2022, il Consiglio dell'Unione europea ha adottato delle conclusioni che hanno definito l'Agenda europea per il turismo 2030, un piano di lavoro pluriennale dell'UE volto a sostenere gli Stati membri, le autorità pubbliche, la Commissione e le parti interessate nel rilancio del settore turistico. L'Agenda mira a guidare la trasformazione del turismo europeo verso un modello più verde e sostenibile, resiliente e digitalizzato ed è articolata attorno a cinque priorità politiche:

1. Definizione di un quadro politico e di governance efficace
2. Transizione verde
3. Transizione digitale
4. Resilienza e inclusione
5. Competenze e supporto alle transizioni

²⁵ [Commitments and pledges for the transition of EU tourism - Commissione europea](#)

Una delle finalità centrali dell'Agenda europea per il turismo 2030 è la creazione di un quadro politico e di governance efficace. In particolare, l'Agenda promuove misure eque per le locazioni a breve termine, garantendo un mercato trasparente che favorisca la concorrenza e la protezione dei consumatori e che contribuisca allo sviluppo di un turismo sostenibile. Parallelamente, sottolinea la necessità di disporre di dati affidabili per valutare l'impatto economico, sociale e culturale del turismo, e di produrre statistiche ufficiali più accurate e complete sul settore. Infine, incentiva i processi decisionali partecipativi basati sui dati, che coinvolgano tutti i portatori di interesse, inclusi i residenti locali.²⁶

La seconda priorità dell'Agenda europea per il turismo 2030 riguarda la transizione verde. Le principali linee d'azione includono il miglioramento della circolarità dei servizi turistici, il sostegno alla transizione verde delle PMI e delle imprese turistiche e la promozione della ricerca, dell'innovazione e dei progetti pilota sul turismo circolare e sostenibile. In particolare, l'Agenda punta a incrementare la domanda di servizi verdi da parte degli attori pubblici, promuovere la valutazione, il monitoraggio e la riduzione dell'impronta ambientale e, infine, favorire la cooperazione tra settore pubblico e privato per sviluppare progetti che possano essere da esempio.²⁷

Il terzo settore prioritario dell'Agenda europea per il turismo 2030 è la transizione digitale. Tra gli obiettivi principali sono presenti la digitalizzazione delle PMI, la condivisione dei dati pubblici per favorire un turismo innovativo e lo sviluppo di progetti di ricerca. In particolare, l'Agenda intende garantire un uso efficace degli strumenti digitali da parte delle imprese turistiche per la gestione delle risorse, la fornitura di servizi, il marketing e la comunicazione con i clienti. Parallelamente, incoraggia la condivisione di dati al fine di sostenere lo sviluppo del settore. Infine, anche per la transizione digitale, promuove la cooperazione pubblico-privato per progetti di ricerca e innovazione per sviluppare pratiche e strumenti digitali innovativi e sostenibili.²⁸

Un altro settore prioritario dell'Agenda europea per il turismo 2030 consiste nella resilienza e nell'inclusione. I temi principali comprendono l'accessibilità, la creazione di destinazioni e servizi turistici resilienti e la promozione dell'innovazione sostenibile nel settore. Gli obiettivi dell'Agenda in questo ambito sono: rafforzare l'inclusione sociale ed economica,

²⁶ [Agenda europea per il turismo 2030](#). Conclusioni del Consiglio, Dicembre 2022.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ *Ibidem*.

tenendo conto delle esigenze di gruppi di persone con bisogni specifici; migliorare la resilienza delle destinazioni garantendo un'offerta adeguata a un pubblico diversificato durante tutte le stagioni e in differenti località; promuovere l'UE come destinazione turistica capace di rispondere alle esigenze dei visitatori, preservando al contempo il benessere dei residenti e la qualità dell'ambiente.²⁹

Infine, l'ultimo settore prioritario dell'Agenda europea per il turismo 2030 riguarda le competenze e il sostegno alla transizione. In questo ambito, l'Agenda vuole sensibilizzare gli attori del turismo rispetto ai cambiamenti della domanda, alle opportunità offerte dalla duplice transizione verde e digitale e alle competenze necessarie per rafforzare la resilienza del settore. Inoltre, promuove l'attuazione di un patto per le competenze nel turismo, l'offerta di opportunità formative e il supporto ai portatori di interesse nell'accesso tempestivo a informazioni, finanziamenti e strumenti di sostegno, facilitando anche il collegamento con pari ed esperti.³⁰

Il futuro del turismo europeo: il nuovo Quadro Finanziario Pluriennale (QFP) e la Strategia europea sul turismo sostenibile

“Cari colleghi,

[...] Il Quadro Finanziario Pluriennale considera anche il turismo una priorità. E ricordiamolo: alcune delle nostre economie regionali dipendono dal turismo. I partenariati nazionali e regionali possono essere visti come un'estensione degli attuali finanziamenti della politica di coesione destinati al turismo.

Sono inoltre lieto di vedere il turismo sostenibile come obiettivo specifico del fondo. Ciò significa che ogni Stato membro e le regioni dovranno sostenere il settore turistico, tenendo conto delle loro esigenze specifiche.

*Il fondo per la competitività sosterrà inoltre le PMI impegnate nella transizione del turismo verso una maggiore sostenibilità. Infine, vi è il nuovo programma AgoraEU, che copre il patrimonio culturale europeo, nell'ambito del quale le destinazioni saranno fortemente sostenute nella promozione dei percorsi culturali e dei siti del patrimonio meno conosciuti d'Europa”.*³¹

²⁹ *Ibidem.*

³⁰ *Ibidem.*

³¹ [Commissioner Tzitzikostas speech in the EP TRAN Committee on the next MFF and its impact on transport and tourism - Commissione europea](#)

Così il Commissario per i trasporti sostenibili e il turismo ha annunciato lo scorso luglio davanti alla Commissione TRAN del Parlamento europeo lo sviluppo del QFP 2028-2034. Nel nuovo Quadro, il turismo non avrà un programma europeo unico dedicato, ma la sua implementazione dipenderà soprattutto dagli Stati membri e dalle Regioni, che, attraverso i piani di partenariato nazionali e regionali, decideranno se e come finanziare il turismo in base alle proprie esigenze, con particolare attenzione alla sostenibilità. La Commissione europea avrà invece un ruolo di indirizzo e controllo, garantendo la coerenza con gli obiettivi dell'UE, mentre ulteriori opportunità arriveranno da strumenti come il fondo per la competitività e da programmi come AgoraEU, che sosterranno le destinazioni e il patrimonio culturale.

Nel 2025 la Commissione europea ha avviato una consultazione a livello UE con Stati membri e Regioni, allo scopo di raccogliere opinioni per identificare le priorità per la definizione della nuova Strategia europea per il turismo sostenibile. Tra le principali tematiche emerse figurano la gestione del sovraffollamento turistico, il rafforzamento delle competenze digitali e verdi, la sostenibilità ambientale, la mobilità transfrontaliera e la competitività globale del settore.

In occasione della giornata europea del turismo, il 26 gennaio 2026, Apostolos Tzitzikostas ha annunciato che la Strategia UE per il turismo sostenibile verrà presentata nella primavera del 2026 per rafforzare il turismo europeo e l'economia dell'Unione. La strategia si articolerà attorno a quattro priorità: incentivare la competitività nel rispetto della sostenibilità, dare una risposta alla carenza di manodopera attraverso lo sviluppo delle competenze, valorizzare i dati e le tecnologie digitali, inclusa l'intelligenza artificiale, e consolidare l'Europa come destinazione turistica globale. Le proposte principali punteranno a promuovere l'Europa come una destinazione sicura e affidabile, gestendo al contempo i flussi turistici nel modo più efficace possibile. La strategia mira a tutelare le destinazioni attraverso una governance solida e pratiche consolidate, tenendo conto dell'impatto del cambiamento climatico, e pone la sostenibilità al centro delle sue azioni. Essa promuove anche il miglioramento della connettività aerea e ferroviaria, la semplificazione della pianificazione e prenotazione dei viaggi, il rafforzamento dei diritti dei passeggeri e gli investimenti nelle competenze. In questo contesto, la digitalizzazione assumerà un ruolo centrale grazie alla creazione di uno spazio europeo comune dei dati, favorendo un turismo più equilibrato, resiliente e competitivo, e contribuendo alla tutela del patrimonio culturale e dell'ambiente.

CAPITOLO II - Turismo sostenibile, responsabile e digitale in Europa: reti, piattaforme, iniziative e buone pratiche

Il secondo capitolo di questo dossier ha l'obiettivo di offrire un quadro delle principali piattaforme, iniziative, strumenti e reti europee nel settore del turismo. Alcuni di questi strumenti sono stati sviluppati direttamente dall'Unione europea, mentre altri sono iniziative esterne sulle quali l'UE si basa, particolarmente utili per gli operatori e gli esperti del settore per lo scambio di buone pratiche, la creazione di reti e la condivisione di esperienze. Successivamente, verranno presentate alcune buone pratiche europee in materia di turismo sostenibile e digitale. Per quanto riguarda il turismo sostenibile, verrà analizzato il caso di Montafon, in Austria, che grazie a un approccio innovativo ha promosso un modello di gestione del turismo più equilibrato e rispettoso dell'ambiente. Per il turismo digitale, invece, verrà esaminato il caso della regione spagnola Castilla y León, dove è stata sviluppata un'applicazione basata sull'intelligenza artificiale applicata all'enoturismo per fornire informazioni turistiche e culturali.

1. Piattaforme, iniziative e reti per il turismo sostenibile, responsabile e digitale nell'Unione europea

Per mettere in pratica gli obiettivi definiti nel *Transition pathway for tourism* e nell'Agenda per il turismo 2030, l'Unione europea si è dotata di diversi strumenti, iniziative e reti interne ed esterne per promuovere il turismo verde, digitale e resiliente. Tra questi figurano la piattaforma dell'UE per il turismo, la *European Travel Commission*, iniziative come la Capitale europea del turismo intelligente e la Città pioniera verde europea del turismo intelligente e la rete NECSTouR.

2. 1 Piattaforme

- Piattaforma dell'UE per il turismo

La piattaforma dell'UE per il turismo è una piattaforma digitale promossa dalla Commissione europea che ha l'obiettivo di supportare gli attori del settore turistico verso la transizione verde, digitale e resiliente. È una piattaforma che riunisce risorse, notizie, strumenti e opportunità per tutti gli attori del settore turistico, tra cui imprese (soprattutto PMI), ONG, autorità regionali e locali, professionisti e associazioni. La piattaforma fornisce

aggiornamenti su politiche, finanziamenti, progetti, eventi e buone pratiche in Unione europea, oltre che a strumenti per creare connessioni e scambi tra stakeholder. Tra le varie funzionalità principali ci sono l'accesso a risorse come documenti programmatici e di indirizzo, guide, ricerche, corsi di formazione e uno spazio per condividere esperienze e creare partnerships. Inoltre, la piattaforma offre la possibilità di utilizzare strumenti per monitorare i progressi delle azioni degli attori del settore turistico nell'ambito della sostenibilità, digitalizzazione e resilienza.

La piattaforma dell'UE per il turismo ha l'obiettivo di facilitare l'adozione di pratiche più sostenibili e innovative, aiutando le imprese e le destinazioni a prepararsi per il futuro del settore turistico e funge da spazio di informazione, apprendimento e networking per sostenere la transizione verde e digitale del turismo.³²

- ***EU Tourism Dashboard***

La *EU Tourism Dashboard* è uno strumento della Commissione europea che coinvolge tutti i Paesi dell'Unione, l'Islanda, la Norvegia e la Svizzera e offre l'opportunità di visualizzare in modo interattivo dati e indicatori rilevanti per l'ecosistema turistico europeo. Il suo obiettivo principale è promuovere e monitorare la transizione verde, digitale e la resilienza socio-economica del turismo europeo, nonché supportare decisori politici e operatori del settore nell'elaborazione di politiche e strategie basate su dati aggiornati.³³

2.2 Organizzazioni

- ***European Travel Commission***

La *European Travel Commission* (ETC) è un'organizzazione privata non-profit che rappresenta le organizzazioni nazionali del turismo in Europa ed è composta da 35 enti turistici che collaborano per la condivisione di buone pratiche, l'analisi dei mercati e la promozione di iniziative nel settore turistico europeo. Tra i membri ci sono gli enti turistici dei più grandi Paesi europei come *Atout France* per la Francia, *German National Tourist Board (GNTB)* per la Germania, *Turespaña - Instituto de Turismo* per la Spagna, mentre per l'Italia è presente l'Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT).³⁴

³² [EU Tourism Platform - Unione europea](#)

³³ [EU Tourism Dashboard - Commissione europea](#)

³⁴ [Our Members - European Travel Commission](#)

L'obiettivo principale della ETC è rafforzare il settore e promuovere l'Europa come la destinazione di viaggio più competitiva, sostenibile e inclusiva al mondo entro il 2030. L'ETC supporta i membri monitorando le tendenze dei consumatori e delle destinazioni, conducendo studi e sviluppando linee guida su sostenibilità, gestione delle crisi, cooperazione internazionale e marketing. L'ETC mira a promuovere uno sviluppo sostenibile e inclusivo del turismo e lavora per sensibilizzare le autorità europee e l'opinione pubblica sull'importanza del turismo per il benessere economico, sociale e culturale dell'Europa. La collaborazione con istituzioni, decisori politici e stakeholder del settore è al centro delle attività dell'ETC e, attualmente, si concentrano sulle seguenti priorità: competitività dell'Europa, accelerazione tecnologica, transizione verde e gestione delle destinazioni.³⁵

2.3 Iniziative

- **Capitale europea del turismo intelligente e città pioniera verde europea del turismo intelligente**

Sotto l'iniziativa dello *Smart Tourism*, la Commissione europea ha promosso due concorsi per il turismo intelligente e sostenibile nell'UE con l'obiettivo di creare reti, rafforzare le destinazioni e facilitare lo scambio di buone pratiche.

La Capitale europea del turismo intelligente premia le città europee con risultati eccellenti basandosi su quattro categorie:

- sostenibilità
- accessibilità
- digitalizzazione
- patrimonio culturale e creatività.

Gli obiettivi principali sono promuovere l'offerta turistica e aumentare l'attrattiva delle città, rafforzare la crescita economica e la creazione di posti di lavoro, stabilire un quadro per lo scambio di buone pratiche e creare opportunità di cooperazione e nuove partnership. Inoltre, questa iniziativa vuole informare i viaggiatori sulle buone pratiche dei luoghi che visitano e incoraggiare lo sviluppo socio-economico delle destinazioni turistiche.³⁶

³⁵ [European Travel Commission - who we are](#)

³⁶ [European capital of smart tourism - Commissione europea](#)

Torino è stata premiata Capitale europea del turismo intelligente nel 2025, diventando la prima e unica città italiana a ricevere questo riconoscimento. Storicamente legata alla sua identità industriale, la città ha saputo trasformarsi in un importante polo culturale e innovativo, puntando su rigenerazione urbana, sostenibilità ambientale, inclusione sociale e innovazione digitale. Attraverso politiche per la neutralità climatica, progetti di accessibilità e l'uso di nuove tecnologie nel turismo, Torino rappresenta oggi un modello europeo di sviluppo urbano intelligente e sostenibile.³⁷ Nel 2026, invece, Tampere è stata premiata come Capitale europea del turismo intelligente, grazie alla sua capacità di unire cultura, accessibilità, tutela del patrimonio e natura con esperienze apprezzate sia dai visitatori che dalla popolazione locale.³⁸

L'iniziativa città pioniera verde europea del turismo intelligente, invece, premia le destinazioni che attraverso l'implementazione di pratiche di transizione verde promuovono il turismo sostenibile. L'UE, attraverso questo premio, intende promuovere un nuovo modello turistico sostenibile e innovativo, incentivando soluzioni verdi e lo sviluppo socio-economico locale. I benefici per le città vincitrici includono un supporto comunicativo e promozionale a livello europeo, visibilità mediatica, materiali promozionali e iniziative UE per aumentare l'attrattività del luogo. Tra queste rientra, ad esempio, l'organizzazione di un evento di lancio ufficiale all'inizio dell'anno di premiazione, finalizzato ad avviare le attività della città vincitrice, promuovere le sue pratiche di turismo sostenibile e accrescere la visibilità a livello europeo, anche grazie alla partecipazione di media, stakeholder e rappresentanti delle istituzioni UE. Il concorso è aperto sia a città dell'Unione europea che ad alcune di Paesi extra-UE, con una popolazione tra i 25.000 e i 100.000 abitanti (o da 5.000 abitanti nei piccoli Stati).³⁹

Nel 2026 la città pioniera verde europea del turismo intelligente è Dubrovnik, mentre nel 2024 è stata Grosseto grazie alla sua capacità di combinare turismo sostenibile, mobilità verde, tutela del patrimonio naturale e culturale, accessibilità e iniziative di visita responsabile e rispettose dell'ambiente.

³⁷ [Torino - 2025 European Capital of Smart Tourism - Commissione europea](#)

³⁸ [Tampere – 2026 European Capital of Smart Tourism - Commissione europea](#)

³⁹ [European green pioneer of smart tourism - Commissione europea](#)

2.4 Strumenti

- EMAS

L'EMAS (*Eco-Management and Audit Scheme*) è uno strumento creato dall'Unione europea al quale possono aderire volontariamente organizzazioni e imprese per valutare le proprie prestazioni e ridurre l'impatto sull'ambiente. Le loro performance vengono migliorate attraverso la definizione di obiettivi e traguardi, la valutazione dell'efficacia delle azioni intraprese e la rendicontazione delle performance ambientali, il rafforzamento della trasparenza, tramite il dialogo con il pubblico e gli stakeholder e, infine, attraverso il coinvolgimento attivo dei dipendenti e la loro formazione.⁴⁰

La Commissione europea ha promosso la campagna *EMAS Sustainable Tourism* per aiutare le imprese turistiche a gestire e ridurre il proprio impatto ambientale, consentendo a hotel, tour operator e altre attività del settore di valutare le proprie prestazioni, adottare pratiche più sostenibili e comunicarle in modo trasparente ai clienti.⁴¹

- Ecolabel

L'EU Ecolabel promuove beni e servizi con un impatto ambientale limitato e garantito lungo tutto il loro ciclo di vita. L'obiettivo principale è aiutare consumatori, rivenditori e imprese a fare scelte sostenibili e valorizzare prodotti realmente verdi, con un impatto ridotto dimostrabile. L'Ecolabel permette ai consumatori di effettuare scelte più sostenibili, sostenendo allo stesso tempo imprese responsabili, competitive e innovative, e dà la possibilità agli attori del mercato di contribuire a un'economia circolare, climaticamente neutra e pulita.⁴²

L'EU Ecolabel si applica anche alle strutture ricettive come hotel e B&B che si impegnano a ridurre i consumi di energia e acqua, migliorare la gestione dei rifiuti utilizzando prodotti meno inquinanti e organizzare i servizi in modo più sostenibile. Per ottenere il marchio non bastano singoli interventi, ma è necessario un cambiamento complessivo nel modo di gestire la struttura, integrando la sostenibilità in tutte le attività e nei servizi offerti agli ospiti.⁴³

⁴⁰ [Eco-Management and Audit Scheme \(EMAS\) - Commissione europea](#)

⁴¹ [EMAS for Sustainable Tourism - Commissione europea](#)

⁴² [EU Ecolabel - Commissione europea](#)

⁴³ [EU Ecolabel Tourist Accommodation. The sustainable place to be - Commissione europea](#)

2.5 Reti

- **NECSTouR**

NECSTouR, la Rete delle Regioni europee per un turismo competitivo e sostenibile, è la comunità delle regioni europee che promuove la sostenibilità economica, sociale e ambientale come fattore chiave della competitività delle destinazioni. La rete riunisce 44 autorità regionali competenti in materia di turismo e 32 organizzazioni accademiche, associazioni e reti di imprese del turismo sostenibile, rappresentando 19 Paesi europei. NECSTouR sviluppa progetti interregionali e promuove la cooperazione tra organismi regionali, istituzioni europee e i finanziamenti, organizzazioni accademiche e il settore privato, per la promozione di un modello turistico sostenibile.⁴⁴

- **EUROPARC Federation**

La Federazione EUROPARC è la rete dedicata al patrimonio naturale e culturale europeo che opera per migliorare la gestione delle aree protette in Europa attraverso la cooperazione internazionale e lo scambio di idee ed esperienze. EUROPARC rappresenta gli interessi dei propri membri a livello europeo e contribuisce attivamente allo sviluppo delle politiche rilevanti dell'Unione europea, fornendo competenze tecniche, facilitando lo scambio di esperienze e di informazioni. A tal fine, promuove e mantiene collegamenti diretti con le istituzioni europee, come la Commissione europea, il Parlamento europeo e il Comitato europeo delle Regioni.⁴⁵

EUROPARC promuove la Carta europea per il Turismo Sostenibile (CETS), uno strumento che guida le aree protette nello sviluppo di un turismo rispettoso dell'ambiente. La Carta europea si realizza tramite un processo che comprende l'analisi del territorio, la definizione di una strategia condivisa per il turismo sostenibile e la creazione di un piano d'azione concreto, sviluppato insieme a enti pubblici, operatori turistici, imprese locali e le comunità. La CETS non è solo una certificazione, ma un modello di gestione del territorio che favorisce una gestione responsabile e duratura delle attività turistiche nelle aree protette.⁴⁶

⁴⁴ [NECTSTour - who we are](#)

⁴⁵ [EUROPARC - about us](#)

⁴⁶ [European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas - EUROPARC Federation](#)

2. Buone pratiche e casi studio europei: iniziative di turismo sostenibile, responsabile e digitale

Turismo sostenibile e responsabile: il caso di Montafon

La valle del Montafon, in Austria, è stata riconosciuta come una buona pratica dal progetto *Sustainable EU Tourism* per il suo approccio innovativo allo sviluppo del turismo sostenibile. Questa iniziativa dell'Unione europea terminata a dicembre 2025, ha supportato alcune destinazioni turistiche dell'UE verso una maggiore sostenibilità e resilienza, in linea con il *Transition Pathway for Tourism*. Il progetto si è concentrato sull'identificazione delle principali sfide del settore, sulla raccolta di buone pratiche replicabili, sulla valorizzazione delle comunità locali e sulla promozione della cooperazione tra destinazioni.⁴⁷ Grazie alla cooperazione tra autorità locali, operatori dei trasporti e del settore turistico, Montafon ha sviluppato un sistema di trasporti che ha ridotto la dipendenza dalle auto e migliorato l'esperienza dei visitatori. Inoltre, grazie all'utilizzo di strumenti digitali e al sostegno alle pratiche sostenibili delle imprese locali, è riuscita a sviluppare una gestione turistica più equilibrata, favorendo il turismo fuori stagione e riducendo complessivamente l'impatto del settore sull'ambiente.⁴⁸

In una regione dove il turismo rappresenta fino al 70% del PIL locale, la necessità di affrontare il cambiamento climatico ha portato a una trasformazione del modello turistico. Nel 2022, la *Destination Management Organization* (DMO) locale "Montafon Tourismus GmbH" ha fondato "PIZ Montafon", un laboratorio di innovazione indipendente dedicato allo sviluppo di soluzioni per il turismo sostenibile. Le principali iniziative hanno incluso:

- PIZ VHOTEL (PIZ Virtual Hotel): una piattaforma digitale per le strutture ricettive che favorisce lo scambio di conoscenze e supporta l'adozione di misure sostenibili attraverso strumenti pratici, consulenze con esperti e raccomandazioni;
- "Sustainability checks": percorsi di autovalutazione per le strutture ricettive che accompagnano le imprese alla definizione di soluzioni concrete dal punto di vista ambientale, sociale ed economico;
- *Host Role Model Program*: un programma di supporto per ottenere le principali certificazioni di sostenibilità in Austria, tramite formazione, workshop e consulenze;

⁴⁷ [Sustainable EU tourism – shaping the tourism of tomorrow - Commissione europea](#)

⁴⁸ Montafon's approach links sustainable mobility and tourism development - EU Tourism Platform

- *Tour de Ländle*: un’iniziativa formativa itinerante nel Land del Vorarlberg, che consente agli operatori turistici di conoscere buone pratiche di sviluppo sostenibile e innovazione attraverso visite ad aziende di diversi settori;
- *Nature-friendly mountain sports in Montafon*: un progetto per la promozione degli sport montani sostenibili e la tutela degli ecosistemi alpini, con misure di gestione dei flussi e del comportamento dei visitatori.⁴⁹

Queste azioni hanno favorito il passaggio da un turismo basato sulla quantità ad uno concentrato sulla qualità, con una maggiore diffusione delle certificazioni ambientali, un maggior coinvolgimento degli stakeholders locali e l’ottenimento di alcuni riconoscimenti ufficiali come il Vorarlberg Tourism Award 2024.⁵⁰ Montafon emerge così come esempio virtuoso di turismo intelligente, verde e resiliente, capace di bilanciare sviluppo economico, tutela ambientale e qualità della vita, offrendo un modello replicabile per altre destinazioni europee.⁵¹ Il caso di Montafon ha dimostrato come gli *innovation hub* territoriali possano affiancare le DMO tradizionali, facilitando il cambiamento e rafforzando la resilienza del settore turistico locale.⁵²

Turismo digitale: il progetto Viña

La Castilla y León si conferma una delle principali destinazioni turistiche della Spagna, essendo la quinta comunità autonoma più visitata e il turismo rappresenta un settore strategico per l’economia regionale. Nel 2024 il settore ha contribuito per il 13,5% al PIL regionale, con circa 84.000 posti di lavoro (7,4% dell’occupazione totale) e oltre 100.000 lavoratori coinvolti. I dati evidenziano una crescita costante, con più di 9 milioni di visitatori nel 2025 e oltre 15 milioni di pernottamenti nel 2024. Data l’importanza del turismo, la regione ha sviluppato diverse iniziative e strumenti per aumentare la sostenibilità delle destinazioni e lo sviluppo di esperienze turistiche personalizzate e innovative, sostenute da formazione e competenze professionali. In tale contesto si inserisce la buona pratica del progetto Viña, un chatbot che fornisce informazioni turistiche, storiche ed enogastronomiche

⁴⁹ Best practice: Montafon, Austria - Sustainable EU Tourism. Shaping the Tourism of tomorrow

⁵⁰ Sustainable EU Tourism project - best practice: Montafon - EU Tourism Platform

⁵¹ Montafon - Mobility and Transport - Commissione europea

⁵² Sustainable EU Tourism project - best practice: Montafon - EU Tourism Platform

sulla regione della Ribera del Duero, rappresentando un esempio concreto di innovazione digitale applicata al turismo.⁵³

Il progetto Viña è un’iniziativa educativa realizzata dagli studenti del CIFP Felipe VI, nell’ambito del programma “*Europa nos impulsa*” della *Consejería de Educación*. Gli studenti hanno sviluppato un’applicazione basata sull’intelligenza artificiale applicata all’enoturismo, con l’obiettivo di promuovere il turismo del vino attraverso strumenti innovativi e sostenibili, integrando competenze digitali, tecnologiche e conoscenza del territorio.⁵⁴ Il sistema, rappresentato da un personaggio virtuale a forma di grappolo d’uva, è accessibile tramite codice QR e WhatsApp e risponde a domande pratiche su degustazioni, visite e strutture ricettive della zona vitivinicola. Il progetto è stato supportato da un intenso percorso formativo che ha coinvolto studenti e docenti in visite a cantine, hotel e località vinicole, oltre alla partecipazione a fiere di settore ed eventi tecnici, rafforzando il legame tra formazione, territorio e innovazione digitale.⁵⁵

Le buone pratiche di Montafon e della Castilla y León mostrano in modo concreto come gli obiettivi promossi dal *Transition Pathway for Tourism* e dall’Agenda per il turismo 2030 siano stati tradotti in azioni concrete, favorendo lo sviluppo del turismo sostenibile e del turismo digitale e diventando un modello di riferimento per altri Paesi e regioni dell’Unione europea. Grazie alle reti, alle iniziative, alle piattaforme e agli strumenti messi a disposizione dall’UE e da organizzazioni esterne, le regioni e i Paesi europei sono oggi sempre più in grado di promuovere un turismo sostenibile, resiliente e digitale.

⁵³ FACT SHEET - Tourism sector skills challenges and opportunities - EARLALL

⁵⁴ [El alumnado del CIFP ‘Felipe VI’ desarrolla con apoyo de la Junta un proyecto de Inteligencia Artificial aplicada al enoturismo - Junta Castilla y León](#)

⁵⁵ [Uvas reales, datos virtuales - Tribuna Segovia](#)

CAPITOLO III - Il turismo sostenibile, responsabile e digitale nella Provincia autonoma di Trento

Il terzo capitolo di questo dossier ha l'obiettivo di offrire un quadro del sistema turistico trentino. In particolare, intende fornire una panoramica delle strategie e priorità della Provincia autonoma di Trento sul turismo e successivamente presentare alcuni attori del territorio che si occupano di questo settore come Trentino Marketing, le Agenzie Territoriali d'Area (ATA) e le Aziende per il Turismo (APT). Infine, verrà presentato il caso di Madonna di Campiglio come buona pratica di turismo sostenibile e responsabile, e la campagna "Respect Trentino" promossa dall'Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente della Provincia autonoma di Trento (APPA), come esempio di digitalizzazione del turismo.

1. Il quadro normativo e istituzionale provinciale, strategie e priorità della Provincia autonoma di Trento nel settore del turismo

La Provincia autonoma di Trento, con l'Art. 1 della legge sulla promozione turistica n. 8 del 2020, "*[...] sostiene, attraverso la promozione territoriale, i valori, le competenze, le tradizioni e le culture del Trentino in maniera sinergica e integrata in tutti i settori e riconosce il ruolo fondamentale del turismo come risorsa per lo sviluppo integrato, sostenibile ed equilibrato del territorio e della filiera produttiva locale nonché la centralità del turista, in tutte le fasi del ciclo della vacanza.*"⁵⁶

La Legge provinciale 12 agosto 2020, n. 8 ha introdotto una riforma significativa del sistema di promozione e marketing turistico della Provincia autonoma di Trento, con l'obiettivo di rendere più chiari i ruoli e le attività dei diversi soggetti coinvolti. L'attuazione della riforma è avvenuta attraverso specifiche linee guida, che hanno definito l'organizzazione del nuovo sistema di marketing turistico e hanno stabilito anche le modalità di finanziamento delle Aziende per il Turismo (APT), che avvengono tramite risorse derivanti dall'imposta provinciale di soggiorno loro destinate e da eventuali ulteriori risorse definite dalla Giunta provinciale.⁵⁷ All'interno di questo quadro sono state aggiornate e rinnovate le modalità con cui la promozione territoriale viene realizzata tramite la società in-house provinciale Trentino

⁵⁶ [Art. 1 - Legge sulla promozione turistica provinciale 2020](#)

⁵⁷ Riforma del turismo e promozione territoriale: il ruolo centrale delle Apt - Provincia autonoma di Trento

Marketing, garantendo al tempo stesso continuità con le attività già svolte. Tra gli elementi principali della riforma vi è stato innanzitutto il completamento della ri-organizzazione della società di marketing, attraverso la creazione delle Agenzie Territoriali d'Area (ATA), strutture locali sovraordinate alle APT, incaricate di sviluppare iniziative e progetti turistici anche su più territori. In aggiunta, le nuove linee di indirizzo hanno previsto anche la possibilità di promuovere iniziative legate a progetti strategici per l'intero territorio provinciale, come grandi eventi internazionali, tra cui i Giochi Olimpici Invernali Milano Cortina 2026, nonché attività di comunicazione rivolte ai territori confinanti. Infine, è stato definito anche un piano per il fabbisogno di personale necessario a sostenere il funzionamento del sistema.

Nel complesso, la riforma della legge provinciale sulla promozione turistica ha reso il sistema trentino più coordinato e strategico, migliorando la gestione delle risorse e rafforzando la capacità di promuovere il territorio in modo efficace.⁵⁸

Come si può evincere dalla legge provinciale n.8, il turismo rappresenta per il Trentino un settore significativo e strategico. Infatti, nel corso del 2024 ha presentato valori in crescita rispetto all'anno precedente sia per gli arrivi (+2,3%) che per le presenze (+2,6%). L'alberghiero ha registrato una crescita del 2% negli arrivi e del 2,9% nelle presenze, mentre l'extralberghiero è aumentato del 3% negli arrivi e del 2,1% nelle presenze. Il movimento turistico registrato nel 2024 è risultato il migliore degli ultimi dieci anni e i pernottamenti registrati nel corso del 2024 sono stati superiori ai 19,6 milioni, con una prevalenza di turisti italiani (il 56,1%). Molto positivo è stato anche l'andamento dei turisti stranieri, evidenziando una crescita complessiva dei pernottamenti del 6,3%.⁵⁹ I dati più aggiornati della stagione estiva 2025, invece, mostrano come questa abbia chiuso con un bilancio migliore rispetto all'estate 2024 e l'incremento generale sia per gli arrivi che per le presenze è stato del 4,9%.

I numeri dell'estate 2025 hanno superato i valori registrati nel 2022, anno in cui si era rilevato il record di presenze anche per effetto del rilancio a conclusione delle restrizioni post-pandemia, e diventano il miglior risultato dell'ultimo decennio. I pernottamenti registrati nel corso dell'ultima estate hanno superato i 10,5 milioni, con una prevalenza di turisti italiani (il 59,6%). Molto positivo è stato l'andamento dei turisti stranieri, che ha evidenziato una crescita dei pernottamenti dell'8,5%, più evidente nel settore extralberghiero (+10,3%). Le principali regioni italiane di provenienza si sono confermate essere Lombardia, Veneto,

⁵⁸ Delibera n° 520 della Giunta Provinciale della Provincia autonoma di Trento del 2/4/2021

⁵⁹ [Ispat - Il movimento turistico in Trentino \(Anno 2024\)](#)

Emilia Romagna, Lazio e Toscana, mentre, per quanto riguarda i turisti stranieri, i flussi maggiori provengono da turisti tedeschi, olandesi, polacchi, austriaci e inglesi.⁶⁰

SproSS e Agenda 2030 Trentino

La SproSS (Strategia provinciale per lo Sviluppo Sostenibile) è il documento strategico della Provincia autonoma di Trento che traduce a livello locale gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU e della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile, definendo una visione di sviluppo sostenibile del territorio trentino entro il 2030. La SproSS orienta le politiche tra dimensione ambientale, economica e sociale, e si struttura in cinque aree strategiche (Trentino più intelligente, verde, connesso, sociale e vicino ai cittadini) da cui derivano venti obiettivi provinciali di sostenibilità e azioni concrete per la trasformazione del territorio.⁶¹

L'area strategica del Trentino più intelligente promuove un modello di turismo sostenibile basato su innovazione, digitalizzazione e responsabilità ambientale, con l'obiettivo di rendere l'offerta turistica più qualificata e sostenibile. La strategia mira a ridurre l'impronta ecologica del turista, a sostenere le imprese del settore in investimenti a basso impatto ambientale e, allo stesso tempo, a valorizzare il territorio in modo responsabile, favorendo così uno sviluppo turistico equilibrato, duraturo e compatibile con la tutela dell'ambiente e della comunità locale.⁶² Infatti, secondo la Strategia, il turismo sostenibile rappresenta un elemento centrale per lo sviluppo del Trentino, dato che i cambiamenti climatici, il degrado ambientale, l'aumento del consumismo e dell'urbanizzazione rappresentano forti rischi per il territorio e per l'offerta turistica, ma anche possibili opportunità se gestiti in modo responsabile.

La SproSS delinea per il 2040 la visione di un Trentino sostenibile, caratterizzato da un uso attento delle risorse, da un turismo destagionalizzato e da un'offerta invernale sostenibile e diversificata, nonché da una maggiore sensibilità verso le scelte ambientali e da un divario tecnologico contenuto tra le diverse aree. Inoltre, prevede sempre di più un ruolo centrale dell'amministrazione pubblica come promotrice di una cultura della sostenibilità, strutture ricettive ad impatto zero e strumenti in grado di misurare e ridurre l'impronta ecologica.

⁶⁰ [Ispat - Il movimento turistico in Trentino Stagione estiva 2025](#)

⁶¹ [Strategia provinciale. SproSS - Provincia autonoma di Trento](#)

⁶² [Per un Trentino più intelligente. SproSS - Provincia autonoma di Trento](#)

Nel breve periodo, invece, la Strategia ha sviluppato proposte concrete da attuare entro il 2030 per rendere possibili gli obiettivi immaginati per il 2040. In particolare, la Strategia suggerisce di:

- **Potenziare la governance per un turismo sostenibile** attraverso incentivi agli investimenti green nelle strutture di accoglienza, il sostegno alle PMI turistiche e al marketing territoriale sostenibile, il coinvolgimento attivo della comunità e dei giovani nei processi decisionali, il rafforzamento del dialogo tra ricerca e territorio, la costruzione di partnership locali orientate alla sostenibilità e lo sviluppo di una progettazione turistica condivisa e coordinata anche con le regioni confinanti.
- **Aggiornare continuamente l'offerta turistica sostenibile**, sviluppando prodotti e servizi attrattivi tutto l'anno, promuovendo il turismo invernale, termale, culturale, scientifico e quello "slow". Inoltre, si intende valorizzare borghi, aree naturali e minoranze linguistiche, sostenere il turismo sociale e esperienziale, incentivare sport e cicloturismo, e coinvolgere tutti gli attori della filiera turistica per garantire un'offerta diversificata, inclusiva e rispettosa dell'ambiente.
- **Promuovere la sostenibilità delle strutture ricettive** favorendo la comunicazione della sostenibilità della struttura, coinvolgendo i dipendenti e gli ospiti nell'uso responsabile delle risorse, sostenendo l'adozione dei progetti di monitoraggio e potabilizzazione dell'acqua in alta quota, valorizzando i prodotti locali, e sviluppando strutture innovative e a basso impatto energetico, anche recuperando immobili esistenti e seconde case.
- **Favorire la mobilità alternativa e "green"** offrendo soluzioni alternative all'auto, individuando strategie per la decongestione del traffico e monitorando i flussi di spostamento.
- **Tutelare l'ambiente e monitorare la capacità di carico delle destinazioni** promuovendo una cultura della montagna e delle attività outdoor rispettose dell'ambiente e in sicurezza, tutelando così gli ecosistemi più fragili.
- **Promuovere il marketing territoriale orientato alla sostenibilità** monitorando le abitudini di consumo di turisti e visitatori, sostenendo le certificazioni e i marchi ambientali, rivedendo le modalità organizzative degli eventi e favorendo l'adozione di protocolli di riduzione delle emissioni di CO2.

- **Sostenere la formazione continua** promuovendo attività conoscitive, aumentando l'attrattività professionale e supportando la crescita di nuove competenze e professionalità funzionali a nuovi modelli di offerta turistica del "made in Trentino".⁶³

Per osservare lo stato di attuazione della Strategia Provinciale per lo Sviluppo Sostenibile è stato svolto nel 2023 un monitoraggio che ha indicato una drastica riduzione delle presenze turistiche nel biennio di pandemia 2020 - 2021 e, allo stesso tempo, ha registrato un aumento della quota di presenze in esercizi *open air* (all'aria aperta), agriturismi e rifugi montani. Secondo il monitoraggio, questo fenomeno può essere attribuito sia all'interesse crescente verso esperienze di viaggio più sostenibili e immersive, che alle maggiori garanzie di sicurezza e distanziamento fisico, che queste strutture all'aria aperta e meno affollate potevano garantire nel periodo pandemico.⁶⁴

2. Enti per il turismo sostenibile e responsabile in Trentino: Trentino Marketing, Agenzie Territoriali d'Area (ATA) e Aziende per il Turismo (APT)

Trentino Marketing

Trentino Marketing è l'agenzia di marketing turistico territoriale della Provincia autonoma di Trento costituita nel 2003 e impegnata nell'ideazione, realizzazione e promozione di iniziative e progetti per lo sviluppo del turismo trentino. Trentino Marketing favorisce lo sviluppo di alleanze strategiche e operative tra i diversi settori, anche non economici, al fine di valorizzare il territorio come destinazione e migliorare le proposte turistiche. Inoltre, monitora l'andamento del sistema turistico attraverso una conoscenza dei dati del turismo e delle dinamiche di mercato, individua e presidia i mercati, nazionali e internazionali su cui proporre l'offerta turistica trentina, promuove lo sviluppo delle competenze digitali degli operatori del territorio e gestisce i sistemi di comunicazione e le piattaforme digitali funzionali al marketing turistico dell'intero territorio. Tra le varie attività idea, programma e gestisce eventi a elevata rilevanza turistica, svolge attività di indirizzo e coordinamento, prendendo decisioni relative allo sviluppo di nuovi prodotti turistici, e infine, funge da coordinamento delle Agenzie Territoriali d'Area e delle Aziende per il Turismo locali presenti sul territorio provinciale.⁶⁵

⁶³ [Strategia provinciale, SproSS - Provincia autonoma di Trento](#)

⁶⁴ [Indicatori statistici - SproSS](#)

⁶⁵ [Trentino Marketing - chi siamo](#)

Per realizzare le attività a supporto della promozione territoriale e del marketing turistico del Trentino, individuate all'art. 2 della Delibera di Giunta provinciale n. 520 del 2021, Trentino Marketing si avvale di 6 unità organizzative. Queste sono: *ATA & Destination Development, Agrifood & Sustainability, Sport & Great Events, Brand & Communication, International Travel Trade & Media PR, Digital Marketing & Technology*.⁶⁶

Nelle sue attività Trentino Marketing contribuisce al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dalle Nazioni Unite e dalla Strategia provinciale per lo Sviluppo Sostenibile. Il cambiamento climatico, la variazione dei flussi turistici nel periodo post-pandemia e la presenza di viaggiatori con maggiori esigenze, sono alcune delle sfide che il sistema turistico locale deve affrontare. Per questo, Trentino Marketing ha sviluppato un piano di sostenibilità finalizzato alla costruzione di un nuovo modello turistico, basato su uno sviluppo capace di rispondere ai sempre più frequenti problemi climatici e ambientali e, al tempo stesso, di soddisfare i bisogni del presente. La Strategia per il turismo sostenibile si articola in diverse aree di intervento, tra cui la mobilità, l'ospitalità, l'offerta turistica e la ristorazione. Questi ambiti rappresentano un'opportunità per favorire la diffusione di buone pratiche e promuovere una cultura della sostenibilità, sia tra gli operatori del settore sia tra i turisti.⁶⁷

Agenzie Territoriali d'Area (ATA)

Le Agenzie Territoriali d'Area (ATA), coordinate da Trentino Marketing e introdotte nel 2020 con la riforma del sistema turistico (L.p. 8/2020), hanno il compito di promuovere lo sviluppo turistico nelle rispettive aree di competenza, aggregando le singole APT (Aziende per il Turismo) per favorire una collaborazione strategica finalizzata alla crescita del territorio e della destinazione turistica.

Le principali aree di intervento delle ATA comprendono: analisi dei dati, sviluppo prodotto, mobilità e innovazione digitale. Ogni progetto deve generare benefici per l'intero sistema territoriale e risultare rilevante per tutte le APT che fanno riferimento all'ATA. Sono inoltre richiesti elementi di innovazione e una visione di sviluppo pluriennale, in linea con i macro obiettivi del Piano Strategico di Trentino Marketing. Le agenzie attualmente individuate sono: ATA Dolomiti Orientali, ATA Dolomiti di Brenta, ATA Garda Trentino e ATA Città, Laghi e Altipiani.⁶⁸

⁶⁶ [Trentino Marketing - cosa facciamo](#)

⁶⁷ [Trentino Marketing - piano di sostenibilità](#)

⁶⁸ [Trentino Marketing - ATA: le Agenzie Territoriali d'Area](#)

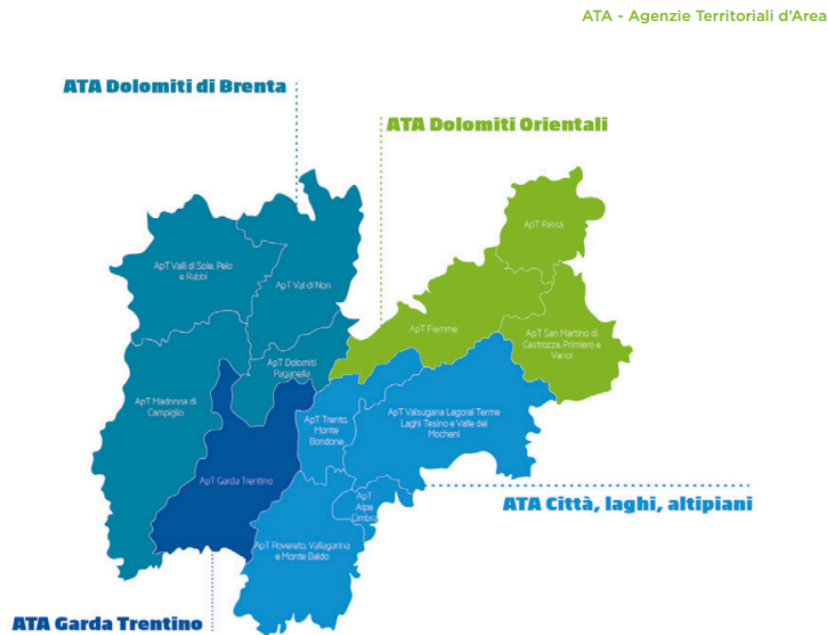


Figura 3: ATA - Agenzie Territoriali d'Area

Aziende per il Turismo (APT)

Il territorio provinciale è organizzato in diversi ambiti, ciascuno servito da un'Azienda per il Turismo (APT), che ha il compito di promuovere il marketing turistico locale e garantire la qualità dell'esperienza e dell'ospitalità. Le APT svolgono un ruolo centrale nell'informazione, nell'assistenza e nell'accoglienza dei visitatori, e animando il territorio attraverso eventi e manifestazioni, sia organizzandoli direttamente sia coordinando quelli realizzati da altri soggetti.⁶⁹

Le APT si occupano dello sviluppo di nuovi prodotti turistici e dell'attuazione, a livello locale, di progetti provinciali, strumenti di sistema e prodotti elaborati dalle Agenzie Territoriali d'Area. Inoltre, valorizzano le produzioni e le esperienze locali, promuovono i valori del Trentino e incoraggiano iniziative a basso impatto ambientale. Infine, contribuiscono alla promozione dei marchi delle località e alla valorizzazione del patrimonio paesaggistico, artistico, storico e ambientale, anche attraverso iniziative legate all'economia circolare.

Oltre a queste attività, le APT gestiscono impianti, servizi e infrastrutture di interesse turistico o sportivo, promuovono servizi di mobilità collettiva integrativi dell'offerta turistica

⁶⁹ Aziende per il Turismo (APT) - Provincia autonoma di Trento

e supportano gli operatori locali. Infine, pianificano e realizzano attività di marketing rivolte ai mercati di prossimità o prevalenti, in coerenza con gli obiettivi delle Agenzie Territoriali d'Area e del Piano Strategico di Trentino Marketing.⁷⁰ In totale le APT territoriali sono 12 e sono le seguenti: Dolomiti Paganella, Val di Fassa, Fiemme Cembra, San Martino di Castrozza, Valsugana, Trento, Alpe Cimbra, Rovereto Vallagarina Monte Baldo, Garda, Madonna di Campiglio, Val di Sole e Val di Non.

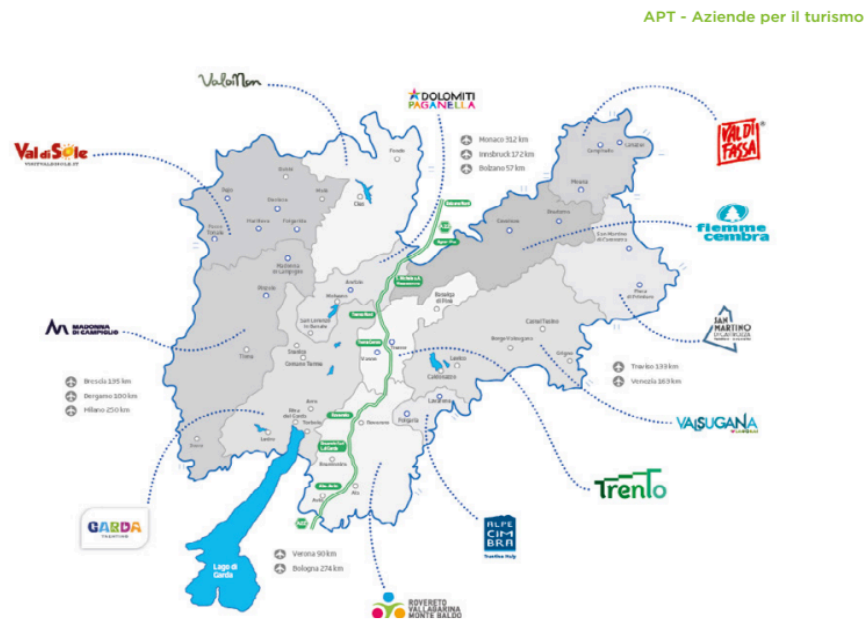


Figura 4: APT - Aziende per il Turismo

3. Pratiche e iniziative di turismo sostenibile, responsabile e digitale nella Provincia autonoma di Trento

Turismo sostenibile e responsabile: il caso di Madonna di Campiglio

A Madonna di Campiglio, a causa dell'aumento del turismo nella zona, i rifiuti sono diventati un problema, poiché i visitatori spesso li smaltiscono in modo irresponsabile, danneggiando l'ambiente, riducendo la qualità delle vacanze e complicando il lavoro dei responsabili della gestione del parco naturale. Per cercare di sensibilizzare ed educare residenti e visitatori alle corrette pratiche ambientali e alla riduzione dell'uso di plastica è stata lanciata nel 2021 dall'APT Madonna di Campiglio l'iniziativa "Let's Green".

⁷⁰ Le Aziende per il Turismo - Trentino Marketing

Grazie a questa iniziativa sono state introdotte diverse misure che hanno permesso di ridurre i rifiuti all'interno del parco naturale e, soprattutto, di migliorare l'esperienza di visita per turisti e residenti della zona. In particolare, sono state introdotte le seguenti iniziative:

- Il coinvolgimento di **undici rifugi di montagna** che hanno aderito al progetto “*Let's Green*”. Alcuni di questi erano già completamente *plastic-free*, mentre altri hanno progressivamente eliminato la plastica monouso. I rifugi hanno partecipato anche all'iniziativa “*Bottle to Bottle*”, che promuove la raccolta differenziata e il riciclo dei rifiuti attraverso l'installazione di contenitori dedicati ed eco-compattatori, che riducono il volume dei rifiuti e ne facilitano il recupero.
- “**Refill your water bottle**”: questa iniziativa mira a incoraggiare i visitatori a utilizzare le proprie borracce, riducendo così i rifiuti di plastica. Se non se ne dispone di una è possibile acquistare delle borracce negli uffici di informazione turistica e nei rifugi di montagna, mentre diverse fontane della regione offrono acqua fresca di montagna.
- **Campagne di sensibilizzazione**: il sito web dell'APT Madonna di Campiglio fornisce consigli su come comportarsi in modo rispettoso dell'ambiente nella natura. Oltre ai numerosi post sui social dedicati al tema, sono stati coinvolti influencer che agiscono come ambasciatori “*green*” online e sui social media.
- **Escursioni con esperti del parco naturale**: queste visite mirano a sensibilizzare e coinvolgere residenti e turisti nell'adozione di comportamenti responsabili e “*green*” come ridurre l'uso della plastica, separare e compattare i rifiuti per il riciclo e rispettare l'ambiente e i suoi ecosistemi.

Come parte del progetto *EU Sustainable Tourism*, l'iniziativa “*Let's Green*” è stata riconosciuta come buona pratica grazie all'elevata partecipazione di residenti e turisti, che hanno contribuito in modo significativo alla riduzione dei rifiuti e dell'inquinamento nel parco naturale. L'esperienza maturata attraverso il progetto ha inoltre favorito l'adozione di misure sostenibili anche in altri ambiti.⁷¹

Turismo digitale: campagna “*Respect Trentino*”

La Provincia autonoma di Trento, attraverso l'Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente (APPA) e in collaborazione con Trentino Marketing, ha promosso a novembre 2025 il progetto di sensibilizzazione “*Respect Trentino*”.

⁷¹ Sustainable EU Tourism project - best practice: Madonna di Campiglio - EU Tourism Platform

L'iniziativa mira a tutelare l'integrità del territorio, invitando turisti italiani e stranieri ad adottare una gestione più responsabile dei rifiuti e a contribuire alla salvaguardia dell'ambiente e del paesaggio trentino. In Trentino, infatti, le modalità di raccolta differenziata variano da Comune a Comune e la campagna ha l'obiettivo di informare i visitatori sulle regole locali, diffondere buone pratiche per ridurre la produzione di rifiuti, contrastare il loro abbandono e promuovere comportamenti rispettosi dell'ambiente.

Per promuovere l'iniziativa la campagna utilizza strumenti digitali innovativi, tra cui "Linda", un avatar creato con intelligenza artificiale che fornisce consigli pratici e informazioni sulle buone abitudini da adottare durante il soggiorno. Sul sito dedicato è inoltre disponibile un sistema interattivo che consente agli utenti di selezionare il Comune in cui si trovano e accedere a informazioni personalizzate, come le regole della raccolta differenziata, esempi di conferimento dei rifiuti, indicazioni in base al tipo di alloggio e contatti utili del territorio.

La campagna invita quindi i visitatori a effettuare correttamente la raccolta differenziata, ridurre la produzione di rifiuti e rispettare il paesaggio trentino, attraverso strumenti digitali innovativi.⁷²



Figura 5: "Respect Trentino", l'iniziativa digitale per il turismo sostenibile e la corretta gestione dei rifiuti

⁷² Al via "Respect Trentino": l'iniziativa digitale per il turismo sostenibile e la corretta gestione dei rifiuti - PAT

CONCLUSIONE

Come emerso da questo dossier, il turismo si conferma un settore centrale sia nelle politiche e strategie dell'Unione europea, sia nei contesti territoriali, come nel caso della Provincia autonoma di Trento. Attraverso documenti chiave come il *Transition Pathway for Tourism* e lo sviluppo della nuova Strategia per il turismo sostenibile, l'Unione europea definisce chiaramente la volontà di promuovere un sistema turistico rispettoso dell'ambiente e delle comunità locali e, allo stesso tempo, sempre più innovativo dal punto di vista digitale.

Anche le piattaforme, le iniziative e le reti europee nel settore del turismo, sviluppate in parte dall'Unione europea e in parte da attori esterni, si sono rivelate strumenti particolarmente utili per gli operatori e gli esperti del settore, favorendo lo scambio di buone pratiche, la creazione di reti e la condivisione di esperienze. Il caso di Montafon, in Austria, ha dimostrato come, grazie a un approccio innovativo, sia possibile promuovere un modello di gestione del turismo più equilibrato e rispettoso dell'ambiente. Allo stesso modo, il caso della regione spagnola Castilla y León, con il progetto Viña, ha evidenziato le potenzialità della digitalizzazione del settore attraverso l'applicazione dell'intelligenza artificiale all'enoturismo.

La Provincia autonoma di Trento rappresenta un esempio concreto di come le linee guida europee possano essere attuate a livello locale. Attraverso lo sviluppo di una strategia specifica come la SproSS e il ruolo chiave di Trentino Marketing, le Agenzie Territoriali d'Area e le Aziende per il Turismo, il Trentino è riuscito a costruire un modello turistico verde, resiliente e digitale. Il caso di Madonna di Campiglio ha dimostrato come, anche attraverso piccoli gesti e una comunicazione efficace, sia possibile promuovere un turismo rispettoso dell'ambiente, delle comunità locali e dei loro residenti. La campagna "*Respect Trentino*", invece, grazie all'utilizzo strategico delle risorse digitali, promuove un modello di turismo digitale e sostenibile.

In futuro sarà sempre più fondamentale continuare a rafforzare il legame tra politiche europee e politiche locali, per promuovere un turismo capace di unire competitività, sostenibilità, innovazione e digitalizzazione, sempre nel rispetto dei territori e delle popolazioni locali. Allo stesso tempo, sarà importante puntare su un turismo che valorizzi la qualità dell'esperienza, più che la semplice quantità di visitatori. In questo modo sarà possibile costruire un modello turistico più equilibrato, duraturo e capace di generare valore per tutti.

BIBLIOGRAFIA

[Agenda europea per il turismo 2030](#). Conclusioni del Consiglio, Dicembre 2022.

[Art. 1 - Legge sulla promozione turistica provinciale 2020](#) della Provincia autonoma di Trento

Aziende per il turismo (APT) - Provincia autonoma di Trento

Best practice: Montafon, Austria - Sustainable EU Tourism. Shaping the Tourism of tomorrow - Commissione europea

Commitments and pledges for the transition of EU tourism - Commissione europea

[Commissioner Tzitzikostas speech in the EP TRAN Committee on the next MFF and its impact on transport and tourism](#) - Commissione europea

Delibera n° 520 della Giunta Provinciale della Provincia autonoma di Trento del 2/4/2021

[Direttiva \(UE\) 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015](#)

[Eco-Management and Audit Scheme \(EMAS\)](#) - Commissione europea

[El alumnado del CIFP ‘Felipe VI’ desarrolla con apoyo de la Junta un proyecto de Inteligencia Artificial aplicada al enoturismo](#) - Junta Castilla y León

[EMAS for Sustainable Tourism](#) - Commissione europea

[EU Ecolabel](#) - Commissione europea

[EU Ecolabel Tourist Accommodation. The sustainable place to be](#) - Commissione europea

[EU Tourism Dashboard](#) - Commissione europea

[EU Tourism Platform](#) - Unione europea

EU tourism nights at record 3.08 billion in 2025 - Eurostat

EU tourism nights in the first quarter of 2025 - Eurostat

EUR-Lex - [Aggiornamento della nuova strategia industriale 2020: costruire un mercato unico](#)

[più forte per la ripresa dell'Europa](#)

EUR-Lex - [Art. 195 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea](#)

EUR-Lex - [Art. 6 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea](#)

[EUROPARC - about us](#)

[European capital of smart tourism](#) - Commissione europea

[European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas](#) - EUROPARC Federation

[European green pioneer of smart tourism](#) - Commissione europea

[European industry strategy](#) - Commissione europea

[European Tourism in 2025: Performance](#) - EU Tourism Platform

[European Travel Commission](#) - who we are

FACT SHEET - Tourism sector skills challenges and opportunities - EARLALL

[Indicatori statistici - SproSS](#) della Provincia autonoma di Trento

International tourist arrivals up 4% in 2025 reflecting strong travel demand around the world
- UN Tourism, 21 gennaio 2026

Ispat - [Il movimento turistico in Trentino \(Anno 2024\)](#)

Ispat - [Il movimento turistico in Trentino Stagione estiva 2025](#)

Le Aziende per il Turismo - Trentino Marketing

[Lettera di incarico di Ursula von der Leyen ad Apostolos Tzitzikostas – 17 settembre 2024](#)

Montafon - Mobility and Transport - Commissione europea

Montafon's approach links sustainable mobility and tourism development - EU Tourism Platform

Money-maker or scourge? Tourism across the EU flourishes - Enr

[NECTSTour - who we are](#)

[Overview of EU tourism policy](#) - Commissione europea

[Our Members](#) - European Travel Commission

[Parlamento Europeo – Commissione Trasporti e Turismo](#)

[Per un Trentino più intelligente, SproSS](#) - Provincia autonoma di Trento

Riforma del turismo e promozione territoriale: il ruolo centrale delle Apt - Provincia autonoma di Trento

[Strategia provinciale, SproSS](#) - Provincia autonoma di Trento

[Sustainable EU tourism – shaping the tourism of tomorrow](#) - Commissione europea

Sustainable EU Tourism project - best practice: Madonna di Campiglio - EU Tourism Platform

Sustainable EU Tourism project - best practice: Montafon - EU Tourism Platform

Tampere – 2026 European Capital of Smart Tourism - Commissione europea

[The digital transition of tourism](#) - Commissione europea

[The green transition of tourism](#) - Commissione europea

[Tourism in 2025: Key Trends, Developments and EU Policy Highlights](#) - EU Tourism Platform

[Transition Pathway for Tourism](#) - Commissione europea, 2 febbraio 2022

Trentino Marketing - [ATA: le Agenzie Territoriali d'Area](#)

Trentino Marketing - [chi siamo](#)

Trentino Marketing - [cosa facciamo](#)

Trentino Marketing - [piano di sostenibilità](#)

[Torino - 2025 European Capital of Smart Tourism](#) - Commissione europea

[Updated facts and figures on EU tourism available now](#) - Commissione europea

[Uvas reales, datos virtuales](#) - Tribuna Segovia

WTTC Claims Travel & Tourism to Create 4.5m. New Jobs across the EU by 2035 - World Tourism Cities Federation, 11 aprile 2025



EUROPEAN REGION



Tirol Südtirol Trentino
Tirolo Alto Adige Trentino
Tyrol South Tyrol Trentino

