Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 262 del 11/02/2019

Tonina: "Promozione congiunta con il contributo della Fondazione, piattaforma di dialogo fra territori"

Le Dolomiti sono un unico Patrimonio Mondiale

Ieri alla Bit, la fiera internazionale del turismo di Milano, è stato presentato il nuovo logo di promozione della Provincia di Belluno, per le montagne dolomitiche venete. Un logo che al nome Dolomiti associa quello di Venezia, città che nella "World Heritage List" dell'Unesco fa parte fin dal 1987. Ma un logo che pare dimenticarsi di un percorso comune, costruito dalle Province autonome di Trento e di Bolzano, dal Veneto e dal Friuli Venezia Giulia e sancito dall'Unesco con il riconoscimento avvenuto dieci anni fa. "Apprendo dai quotidiani odierni la presentazione alla Bit del nuovo marchio territoriale sviluppato dalla DMO - Destination Management Organization della Provincia di Belluno, nell'ambito di un progetto finanziato dalle Province di Trento e Bolzano a valere sul Fondo Comuni Confinanti - è il commento del vicepresidente e assessore all'urbanistica, ambiente e cooperazione, Mario Tonina -. È certamente un fatto positivo che la Provincia di Belluno si doti di un marchio ombrello per la sua promozione, analogamente a quanto già avviene sia in Trentino che in Alto Adige. Così come è fuori discussione l'opportunità che si punti sul potenziale delle Dolomiti per la propria promozione. Ma associare al nome Dolomiti lo slogan 'le montagne di Venezia' è un'operazione estremamente delicata".

In prima battuta va infatti sottolineato che **le Dolomiti sono un unico Patrimonio Mondiale**: "Le Dolomiti sono condivise dalle Province autonome di Trento e Bolzano, dalla Regione del Veneto e dalla Regione autonoma Friuli Venezia Giulia - prosegue il vicepresidente Tonina -. Sono state inserite nella Lista del Patrimonio Mondiale Unesco, dieci anni fa, come Bene unico, condiviso tra territori diversi. Lo sforzo fatto dalle amministrazioni in questi anni è sempre stato quello di cercare l'unità nella diversità, con l'obiettivo di promuovere le Dolomiti unitariamente, come Patrimonio delle comunità che lo abitano innanzitutto. La stessa Strategia Complessiva di Gestione del Patrimonio Dolomiti Unesco, approvata oltre che dal Consiglio di Amministrazione della Fondazione anche dalle rispettive Giunte provinciali/regionali, individua come linea prioritaria la necessità di promozione coordinata e congiunta. La dicitura "le montagne di Venezia" non va esattamente nella direzione di questa idea d'insieme costruita con grande sforzo ed equilibrio. Si badi bene, non è una critica mossa da inesistenti gelosie tra vicini, quanto piuttosto la genuina preoccupazione che così facendo il sistema che ci unisce vada profondamente incrinandosi nelle sue radici più intime e profonde".
Il secondo passaggio riguarda **il ruolo della Fondazione Dolomiti Unesco**: "A maggio il Trentino assumerà la Presidenza della Fondazione - aggiunge Tonina - che, in questi anni, ha dimostrato di essere un'importante piattaforma di dialogo e confronto tra territori. Un laboratorio in cui sperimentare forme di governance trasversali tra territori montani. Consci del fatto che il logo del Patrimonio Mondiale Dolomiti Unesco non è - e non vuole essere - un marchio territoriale, mi auguro che si possa costruire un dialogo fattivo anche sui temi della promozione congiunta delle Dolomiti, evitando di perdere forza competitiva spacchettandole nelle 'Dolomiti DI'. Sono convinto che in occasione della prossima seduta del Consiglio di Amministrazione della Fondazione ci si possa confrontare costruttivamente su questi aspetti.
Infine, e non da ultimo, va evidenziato **il ruolo della montagna**: "Mi sono sempre battuto - sono le conclusioni del vicepresidente Mario Tonina - per il riconoscimento della specificità della montagna. Lo

slogan 'le montagne di Venezia' segna una visione chiaramente urbano-centrica che vede nella montagna uno spazio da utilizzare per le sue risorse e non uno spazio di vita per le popolazioni che la abitano. Comprendo certamente le ragioni del marketing, ma credo che un territorio eccezionale come quello delle Dolomiti non abbia bisogno di andare a braccetto con l’icona di Venezia. Sarebbe più importante continuare a coltivare lo spirito di squadra, coniugando la straordinarietà del Patrimonio con un'eccezionalità declinata a tutti i livelli. Con il coraggio e la lungimiranza dei montanari, che hanno sempre saputo guardare oltre le creste delle proprie montagne".

(at)