



MARCHIO DI QUALITA' VAL DI ZOLDO DOLOMITI PATRIMONIO DELL'UMANITA'

Carattere: settoriale

Estensione: territoriale (Val di Zoldo (BL))

Contenuto: codice di condotta, qualità, ambiente.

Finalità: Il Marchio di Qualità Turistica ha come finalità la creazione e diffusione di una proposta turistica innovativa per la Val di Zoldo, distinta e complementare all'offerta "tradizionale". Una proposta turistica che, assecondando le peculiarità e le vocazioni naturalistiche (in primis le eccellenze UNESCO delle Dolomiti), artigianali ed etno-culturali, sappia proporre il territorio, rispettandolo e coinvolgendo chi lo vive.

Il Marchio prevede il rispetto di 14 criteri totali divisi in tre sezioni:

1. *Ambiente:* considera le azioni e gli interventi finalizzati a ridurre i consumi di risorse, limitare le emissioni climalteranti e sensibilizzare gli ospiti verso comportamenti virtuosi;
2. *Dolomiti UNESCO:* prevede la realizzazione di una serie di strumenti di informazione e sensibilizzazione rivolti agli ospiti e finalizzati ad accrescere la consapevolezza e l'importanza del riconoscimento internazionale ottenuto;
3. *Valorizzazione e fruizione del territorio:* riguarda una serie di azioni e strumenti per arricchire e caratterizzare l'offerta turistica della Val di Zoldo, più in generale si tratta di interventi tesi a fidelizzare il turista (attrezzatura disponibile gratuitamente – biblioteca ecc).

Gestione: CONSORZIO DI PROMOZIONE TURISTICA VAL DI ZOLDO TURISMO - Zoldo Alto (BL), con certificatore esterno "Punto 3 S.r.l. – Progetti per lo sviluppo sostenibile" - Ferrara (FE), organismo non accreditato.

Sito Internet: <http://www.valdizoldo.net/marchio-di-qualita-turistica.html>

Servizi di riferimento: Strutture ricettive e di ristorazione, codice ATECO 55.1, 55.2, 55.3, 56.1 (Alberghi, affittacamere, B&B, residence, campeggi, appartamenti ad uso turistico, rifugi di montagna, ristoranti).

Deposito del marchio c/o UIBM: il marchio non è stato depositato.

Imprese aderenti: n. 7 imprese al 26.3.2014