LA MISURAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ DEL TURISMO COME STRUMENTO DI MARKETING

23 Ottobre 2018

IL PROGRAMMA

9.00 Saluti

9.30 Gli impatti del turismo nelle diverse dimensioni della sostenibilità: quali sono, come misurarli applicando set di indicatori - Stefania DEL FRATE, ARPA FVG Funzione NIP

11.00 Pausa

11.15 Marchi ed etichette ambientali: tipologie, caratteristiche, vantaggi, diffusione. Approfondimento su Ecolabel UE per le strutture ricettive - Francesca BONEMAZZI, ARPA FVG Funzione NIP

12.30: Esperienze/Contributi dei partecipanti

13.00 Chiusura dei lavori

GLI OBIETTIVI DELLA MATTINATA

CONDIVIDERE LE CONOSCENZE.....

VERIFICARE I PUNTI DI CONVERGENZA.....

PROVARE A CAPIRE DOVE SONO LE CRITICITA' PER RAGGIUNGERE I RISULTATI AUSPICATI

SI POSSONO PENSARE INSIEME DELLE SOLUZIONI REALISTICHE PER SUPERARE QUESTE CRITICITA'?

Secondo una pubblicazione dell'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) dal titolo "Tourism highlights”, l'UE è un'importante destinazione turistica, con cinque dei suoi Stati membri nei primi 10 posti della classifica mondiale delle mete turistiche più visitate.

arpa FVG

Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente

+7%

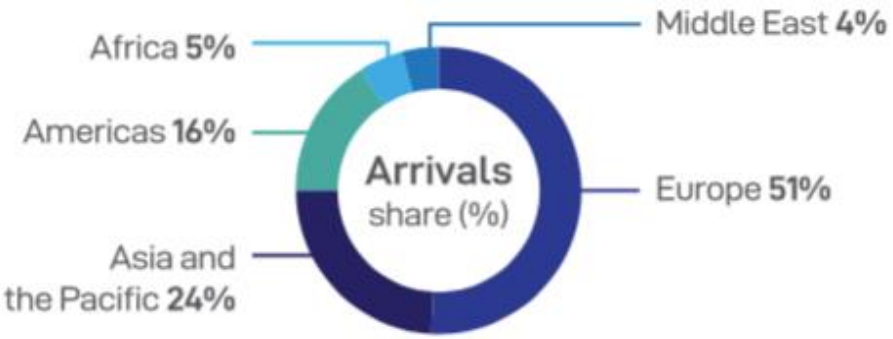
Total International Tourist Arrivals

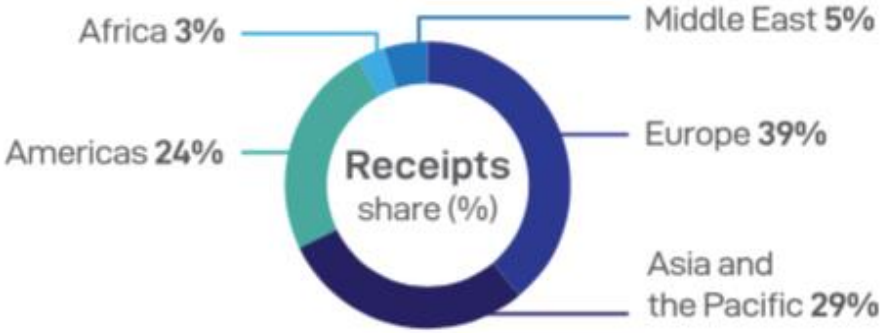
1,326 million

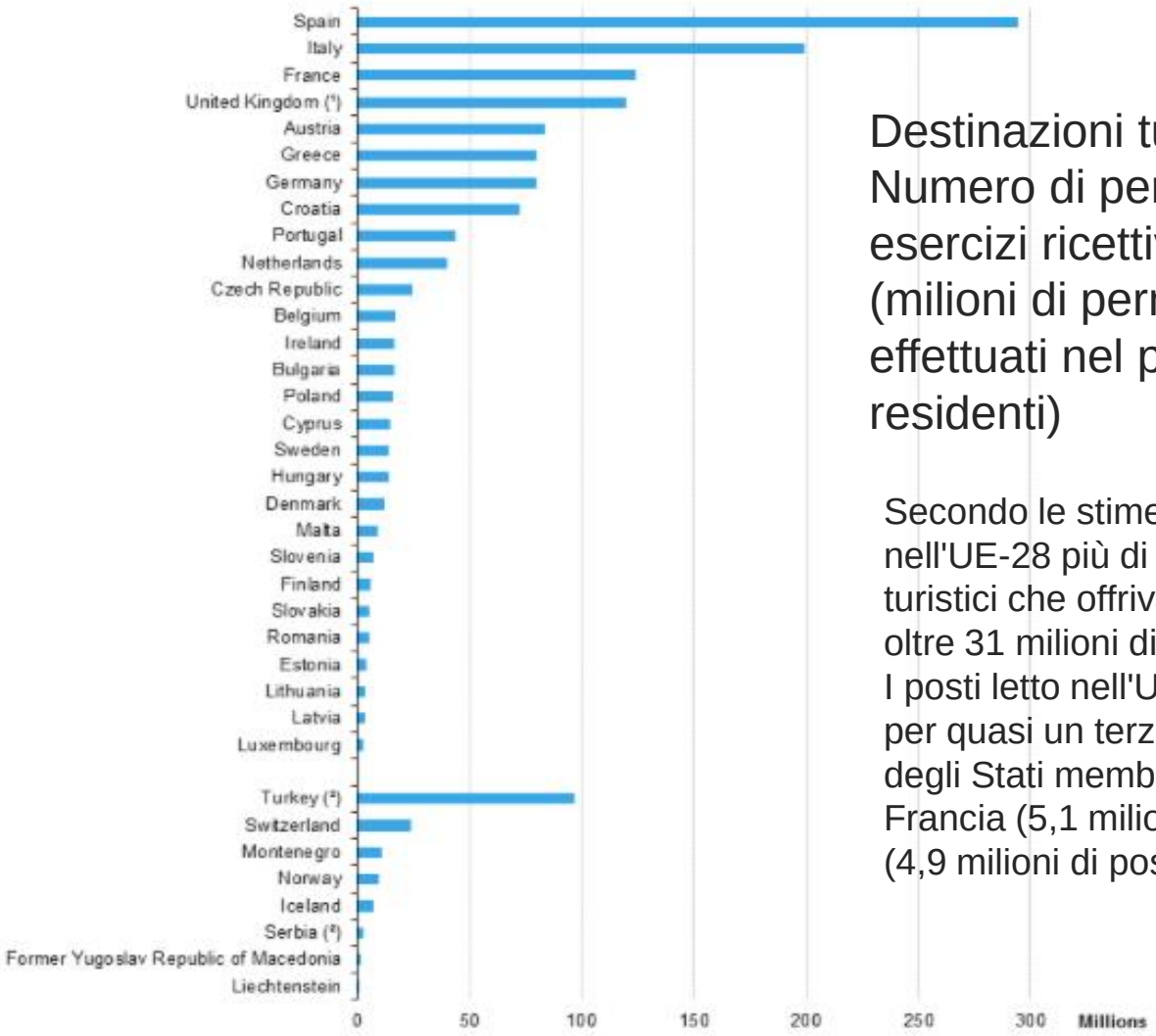
+5%

Total International Tourism Receipts

US$ 1,340 billion

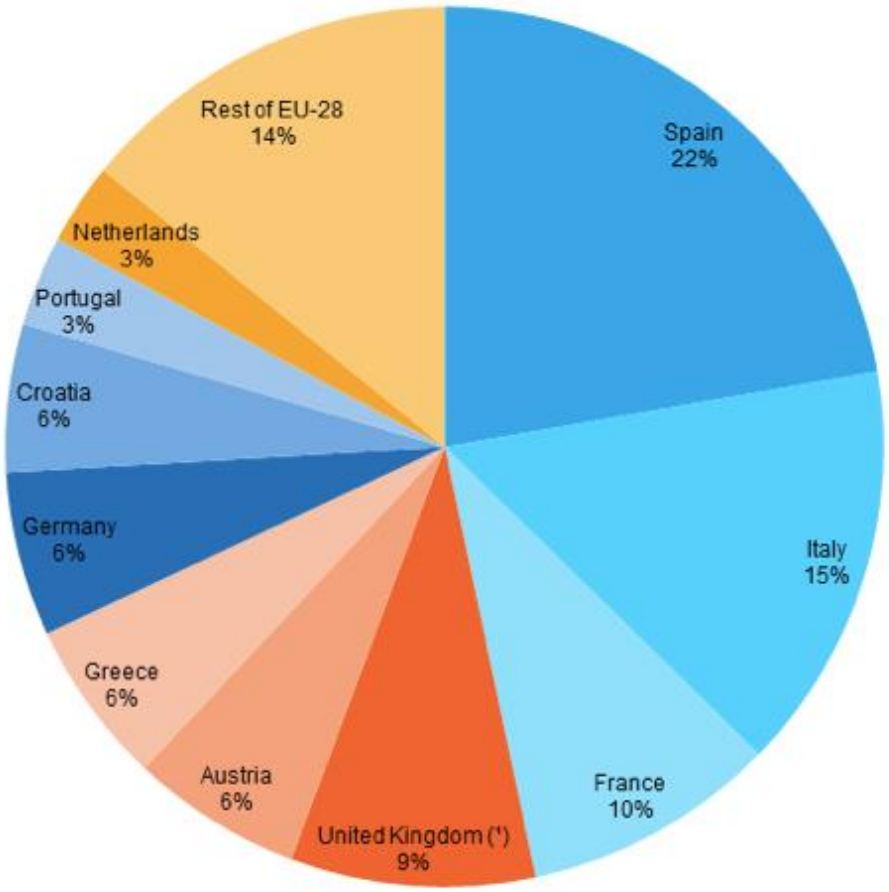






Destinazioni turistiche — Numero di pernottamenti in esercizi ricettivi turistici, 2016 (milioni di pernottamenti effettuati nel paese da non residenti)

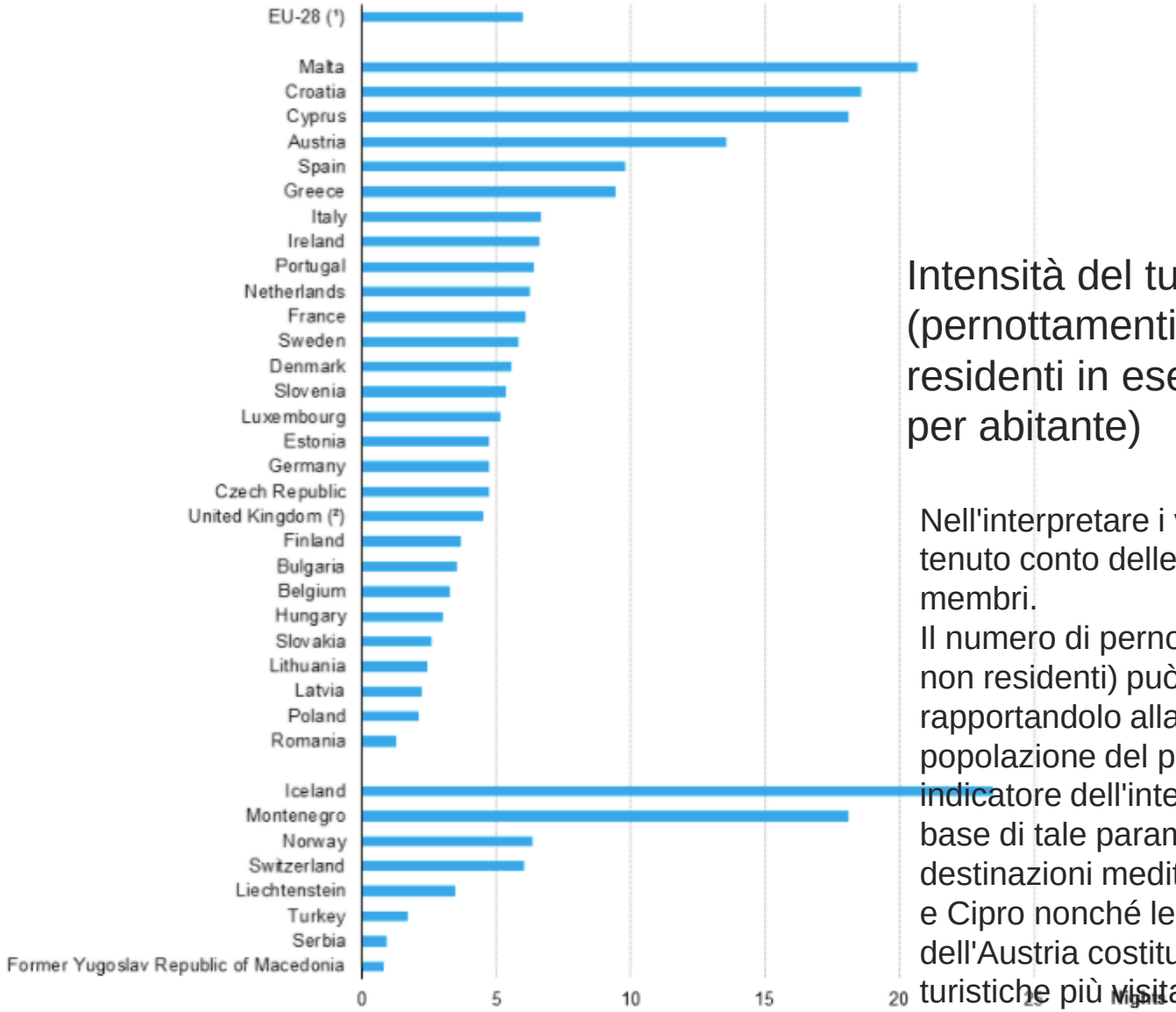
Secondo le stime, nel 2016 erano attivi nell'UE-28 più di 608 000 esercizi ricettivi turistici che offrivano complessivamente oltre 31 milioni di posti letto.
I posti letto nell'UE-28 erano concentrati per quasi un terzo (32,2 %) in appena due degli Stati membri dell'UE, ovvero la Francia (5,1 milioni di posti letto) e l'Italia (4,9 milioni di posti letto).



Note: EU-28 estimate made for the purpose of this publication, based on available data.
(') Number of nights spent estimated using monthly data.

Percentuale di pernottamenti in esercizi ricettivi turistici dell'UE-28 effettuati da turisti in viaggio al di fuori del loro paese di residenza, 2016
(% di tutti i pernottamenti in esercizi ricettivi turistici dell'UE-28)

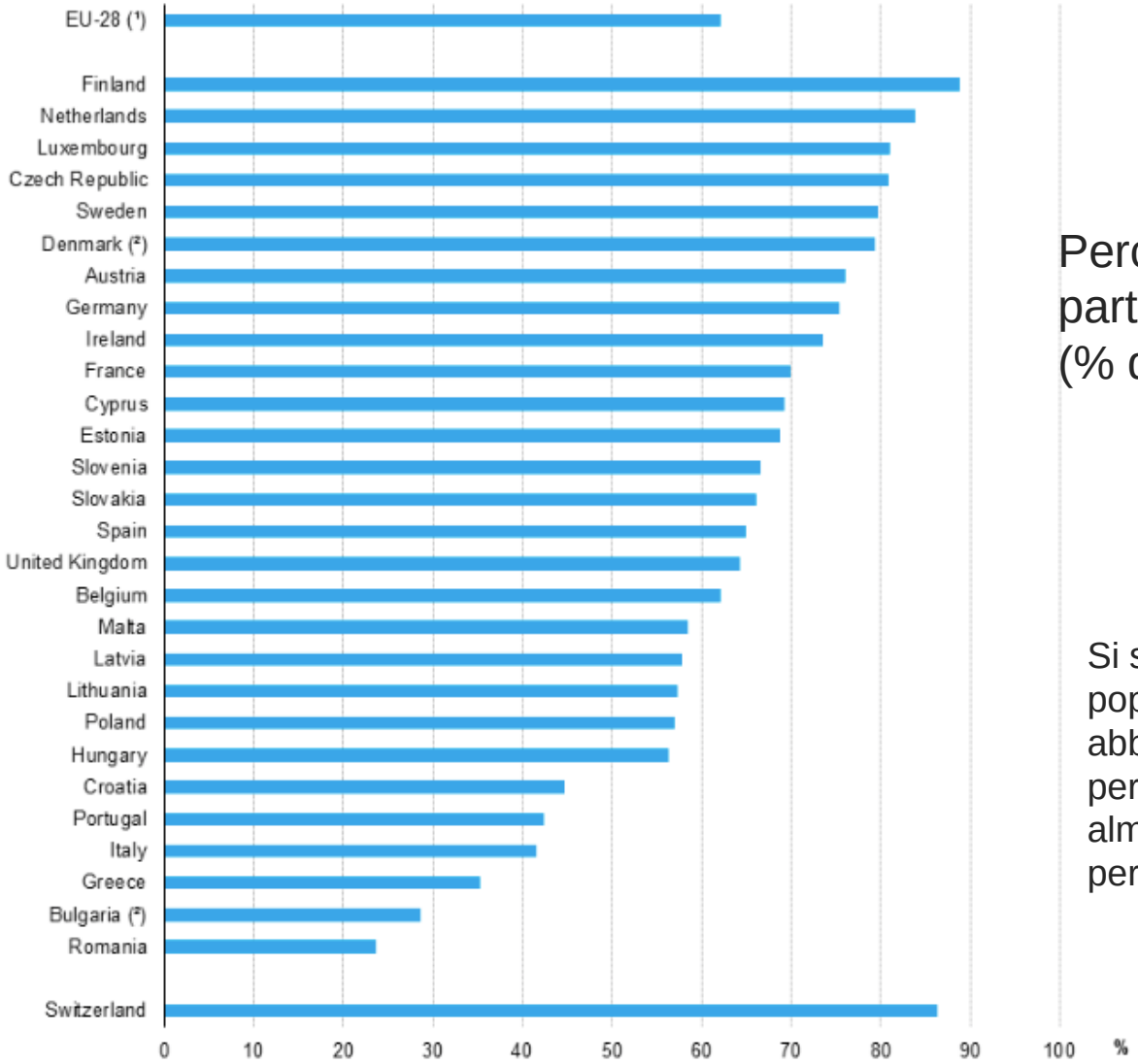
Nel 2016 la Spagna era la destinazione turistica preferita nell'UE dai non residenti (viaggiatori al di fuori del loro paese), con 295 milioni di pernottamenti in esercizi ricettivi turistici, pari al 22,2 % del totale dell'UE-28.
Di questi 295 milioni di pernottamenti in Spagna, più di 7 su 10 erano concentrati in tre regioni: Canarie, Baleari e Catalogna.



Intensità del turismo, 2016 (pernottamenti di residenti e di non residenti in esercizi ricettivi turistici per abitante)

Nell'interpretare i valor dei pernottamenti va tenuto conto delle dimensioni di tali Stati membri.
Il numero di pernottamenti (di residenti e di non residenti) può essere relativizzato rapportandolo alla consistenza della popolazione del paese, fornendo così un indicatore dell'intensità del turismo. Sulla base di tale parametro, nel 2016 le destinazioni mediterranee di Malta, Croazia e Cipro nonché le città e le località alpine dell'Austria costituivano le destinazioni turistiche più visitate nell'UE-28

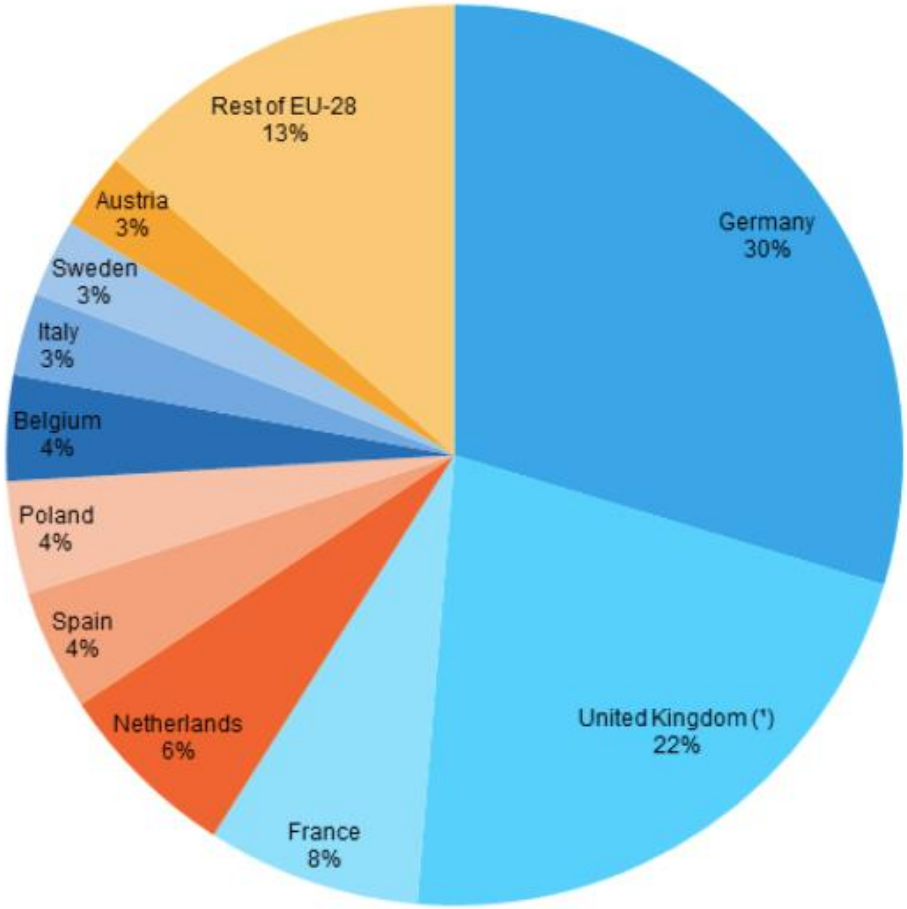
(¹) Estimate made for the purpose of this publication, based on available data.
(²) Number of nights spent estimated using monthly data.



Percentuale di popolazione che partecipa al turismo, 2016
(% di popolazione di 15 anni o più)

Si stima che il 62,1 % circa della popolazione dell'UE-28 (di 15 anni o più) abbia partecipato al turismo a fini personali nel 2016, ossia abbia effettuato almeno un viaggio turistico per motivi personali durante l'anno.

(¹) Estimate made for the purpose of this publication, using the latest available data for the EU Member States.
(²) 2015.



Note: EU-28 estimate made for the purpose of this publication, based on available data.
(¹) 2013 data.

Percentuale di pernottamenti durante vacanze all'estero di cittadini europei, per paese di residenza del turista, 2016
(% di pernottamenti all'estero di residenti nell'UE-28)

Secondo le stime, i residenti nell'UE-28 hanno effettuato 2,6 miliardi di pernottamenti turistici all'estero nel 2016. I residenti in Germania hanno effettuato 771 milioni di pernottamenti al di fuori del loro paese nel 2016, mentre i residenti nel Regno Unito ne hanno effettuati 564 milioni (dati UK per il 2013); ai residenti in questi due Stati membri è riconducibile più della metà (51,3 %) del totale di pernottamenti all'estero da parte di residenti nell'UE-28.

22.7.2011 IT Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 192/17

REGOLAMENTO (UE) N. 692/2011 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

del 6 luglio 2011

relativo alle statistiche europee sul turismo e che abroga la direttiva 95/57/CE del Consiglio

(Testo rilevante ai fini del SEE)

Nel luglio 2011, il Parlamento Europeo e il Consiglio dell'Unione europea hanno adottato un nuovo regolamento (UE) n. 692/2011 relativo alle statistiche europee sul turismo.
Il regolamento è entrato in vigore per l'anno di riferimento 2012.
In forza di tale atto giuridico gli Stati membri dell'UE sono tenuti a fornire periodicamente una serie di statistiche comparabili sul turismo.

Le statistiche del turismo nell'UE si compongono di due principali elementi:

- le statistiche relative alla capacità ricettiva e all'occupazione degli esercizi ricettivi collettivi
  - Rilevate tramite indagini presso gli esercizi ricettivi
  - numero di esercizi, numero di camere, numero di posti letto, occupazione delle camere e dei posti letto (tassi di occupazione);
  - per tipo di esercizio o per regione
  - compilate annualmente.

- le statistiche sulla domanda di turismo
  - indagini sui viaggiatori ai valichi di frontiera o a indagini sulle famiglie.
  - numero di arrivi (negli esercizi ricettivi) e il numero di pernottamenti di residenti e di non residenti;
  - per tipologia di esercizio o per regione;
  - serie statistiche mensili e annuali. Sono inoltre compilate statistiche sull'occupazione delle camere e dei posti letto.

Tutte le schede statistiche sul turismo
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Category:Tourism

Il Consiglio europeo, nelle conclusioni della presidenza del 14 dicembre 2007, ha sottolineato il ruolo fondamentale del turismo nella creazione di crescita e occupazione nell'Unione e ha invitato la Commissione, gli Stati membri, l'industria e gli altri soggetti interessati a unire le forze affinché l'agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo possa essere tempestivamente attuata.

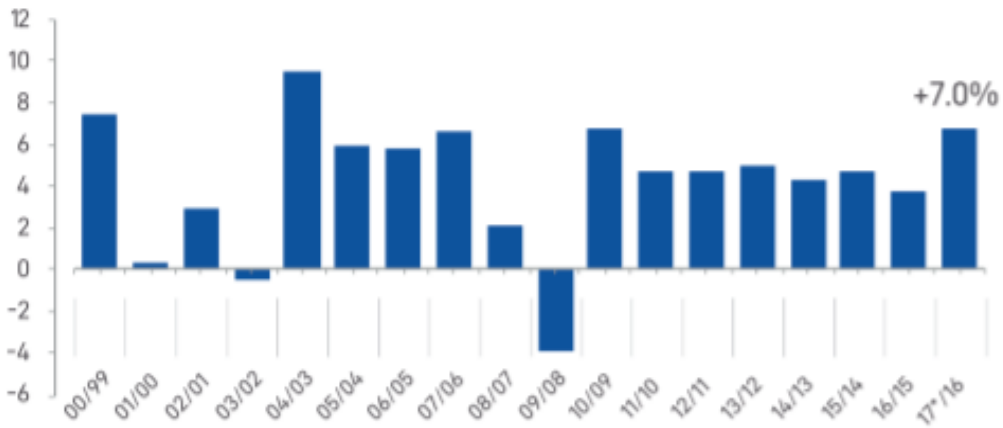
L'industria del turismo dell'Unione occupa un posto importante nell'economia degli Stati membri per i quali le attività turistiche rappresentano una significativa fonte potenziale di occupazione. Qualsiasi valutazione della competitività di tale industria richiede un'approfondita conoscenza del volume del turismo, delle sue caratteristiche, del profilo dei turisti e della spesa turistica, nonché dei benefici per le economie degli Stati membri.

Sono necessari dati mensili al fine di misurare le influenze stagionali della domanda sulla capacità ricettiva turistica e di aiutare in tal modo le autorità pubbliche e gli operatori economici a sviluppare politiche e strategie più adeguate per migliorare l'estensione stagionale delle vacanze e delle attività turistiche.

Le imprese europee che operano nel settore del turismo sono per la maggior parte di piccole o medie dimensioni e l'importanza strategica delle piccole e medie imprese(PMI) per il turismo europeo non è limitata al loro valore economico e alle loro notevoli potenzialità di creazione di posti di lavoro. Esse sono anche alla base della stabilità e della prosperità delle comunità locali, salvaguardando l'ospitalità e l'identità locale che costituiscono la peculiarità del turismo nelle regioni europee.

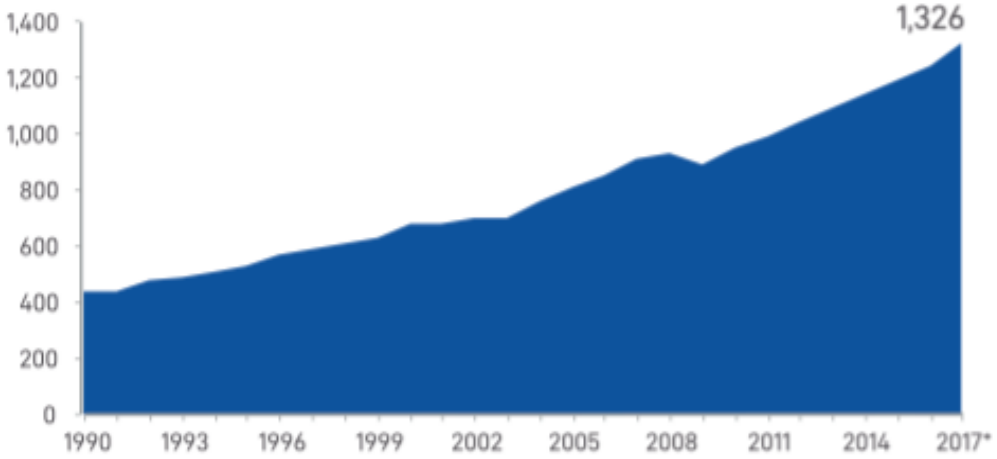
Date le dimensioni delle PMI, è necessario tener conto del potenziale onere amministrativo gravante su di esse e dovrebbe essere introdotto un sistema di soglie in modo da soddisfare le esigenze degli utenti e da ridurre nel contempo l'onere di risposta per coloro che sono tenuti a fornire dati statistici, in particolare le PMI.

International tourist arrivals, change (%)



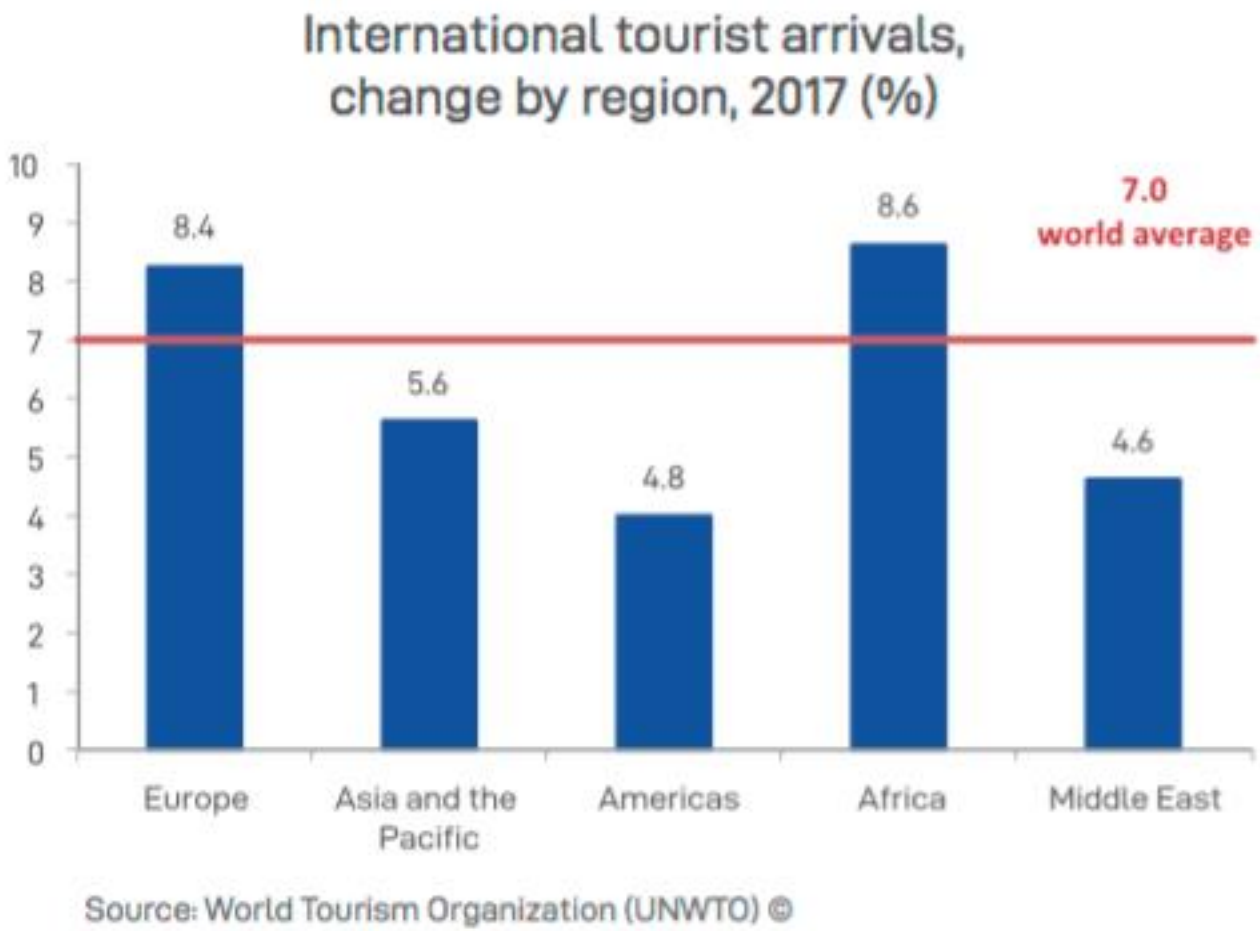
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

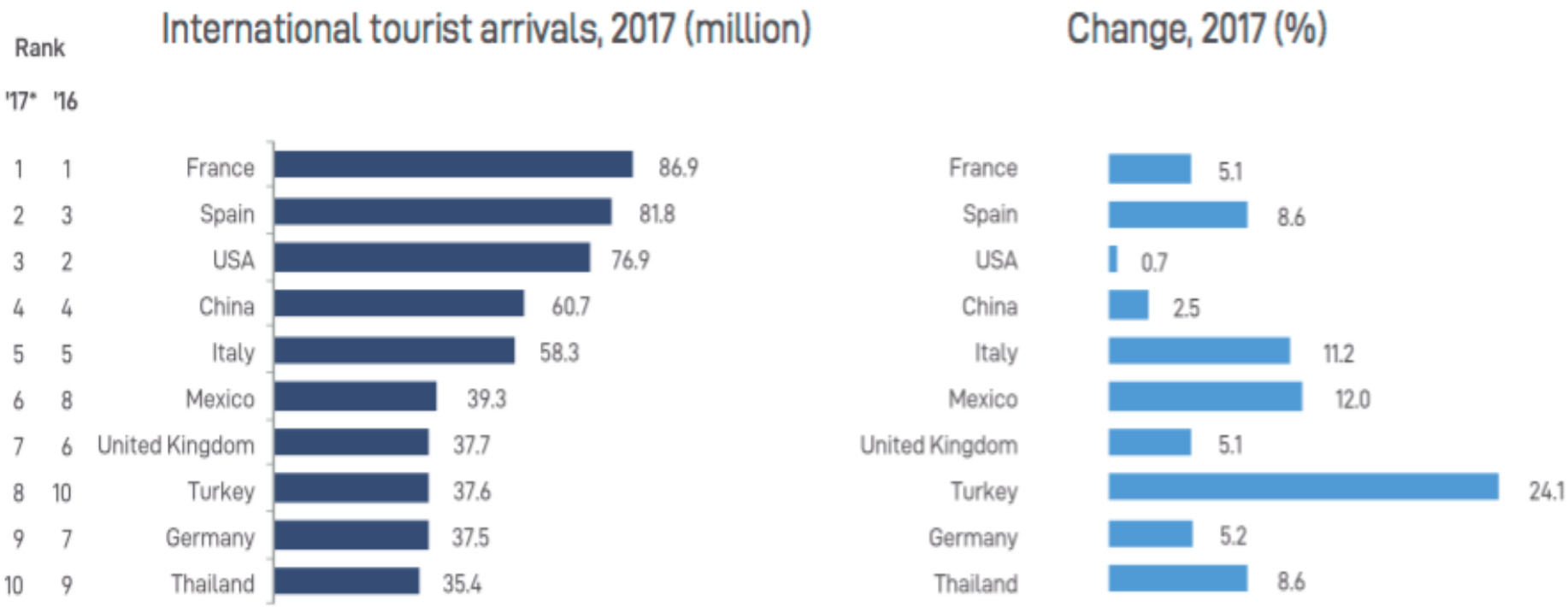
International tourist arrivals (million)



* = Provisional figure or data

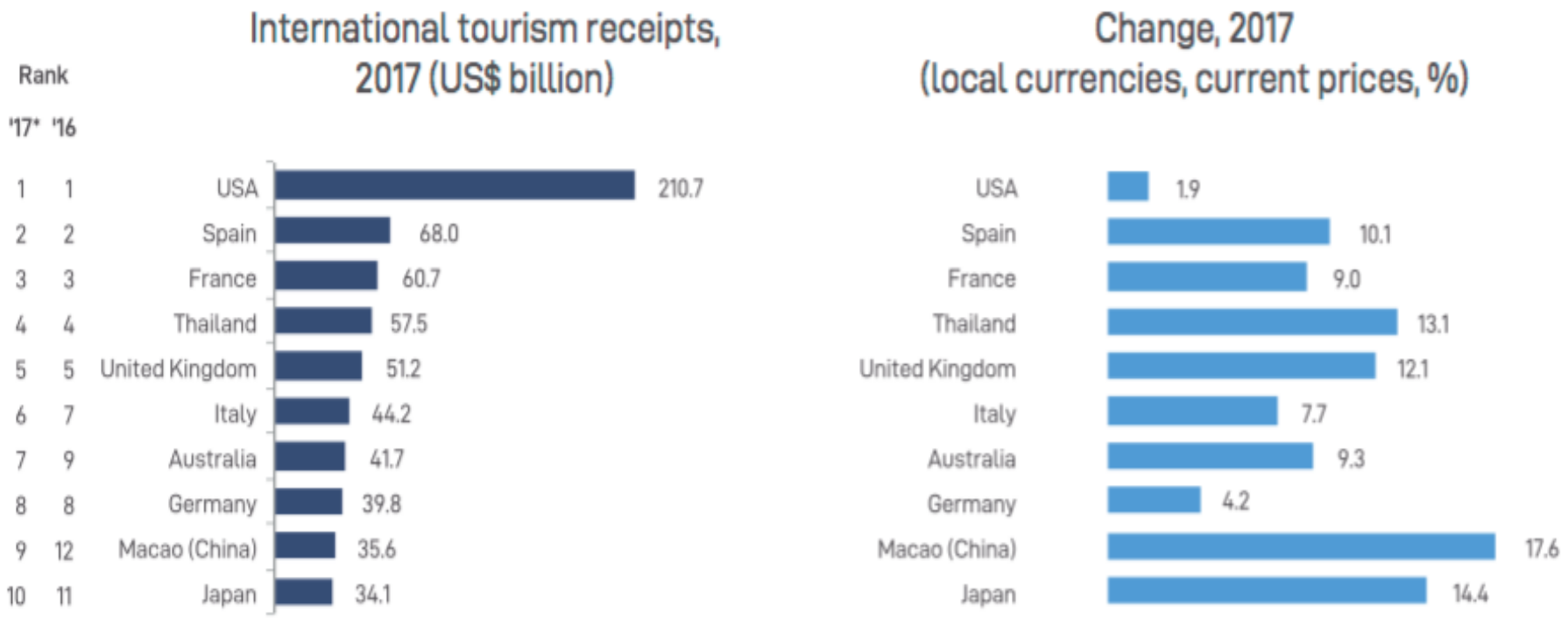
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©


International tourist arrivals, change by region, 2017 (%)
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
8.4
5.6
4.8
8.6
4.6
7.0
world average
Europe
Asia and the Pacific
Americas
Africa
Middle East
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



* = Provisional figure or data

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



* = Provisional figure or data

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

arpa FVG

Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente

MiBACT Direzione Generale Turismo

OVERVIEW TURISMO ANNO 2017

Ultimo aggiornamento Luglio 2018 (dati provvisori)

FLUSSI E SPESA IN ITALIA

- Arrivi: +4,5% (Istat)
- Presenze: +6% (Istat)
- Spesa stranieri: +7,7% (39 MLD €) (Banca d'Italia)
- Bilancia turistica: +5,7% (Banca d'Italia)

TRASPORTI IN ITALIA

- Aerei: +6,4% passeggeri (Assaeroporti)
- Ferrovie: +18,3% passeggeri (FSNews)
- Autostrade: +1,8% veicoli leggeri (AISCAT)

FLUSSI E SPESA NEL MONDO

- Arrivi internazionali: +6,8% (UNWTO)
- Spesa turisti internazionali: +6% (UNWTO)
- Presenze in Europa: +5,1% (Eurostat)

PREVISIONE ARRIVI 2018

- Internazionali nel mondo: +4%/+5% (UNWTO)
- Internazionali in Europa: +3,5%/+4,5% (UNWTO)
- Internazionali in Italia: +4,7% (CISET)

L’Istat rileva informazioni sulla domanda turistica sin dal 1959. Nell’arco di oltre cinquant’anni, profonde trasformazioni hanno modificato gli stili e i comportamenti di viaggio, ma anche le modalità e le tecniche che l’Istat ha utilizzato per testimoniarli.

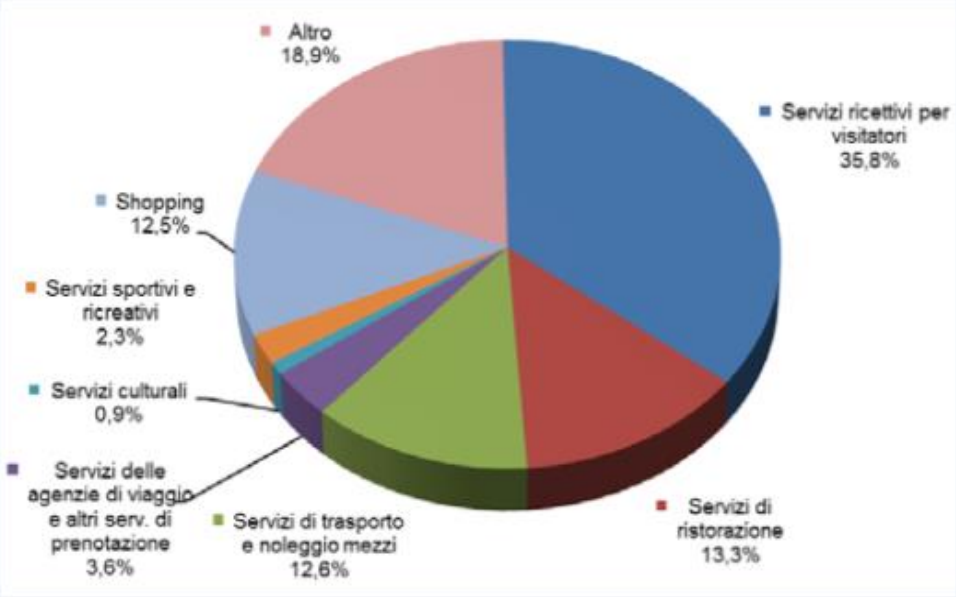
Le spese e le entrate legate al turismo internazionale sono contabilizzate con frequenza mensile nel conto corrente della bilancia dei pagamenti tra gli scambi di servizi, alla voce “viaggi”.
I dati si basano sui risultati dell’indagine campionaria sul turismo internazionale che la Banca d’Italia conduce dal 1996 attraverso interviste e conteggi di viaggiatori residenti e non residenti in transito alle frontiere italiane.

Il Conto Satellite del Turismo (CST) è lo strumento statistico, riconosciuto e raccomandato a livello internazionale, per rappresentare il fenomeno del turismo, domestico e internazionale, in coerenza con la contabilità nazionale e per valutarne la dimensione economica complessiva.

Il CST per l'Italia viene compilato dall'Istat ed è costruito sulla base del Quadro Metodologico Raccomandato dalla Commissione Europea (attraverso Eurostat), dall'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) e dalle Nazioni Unite attraverso l'Organizzazione mondiale del turismo (OMT).

Consumo turistico interno per prodotto

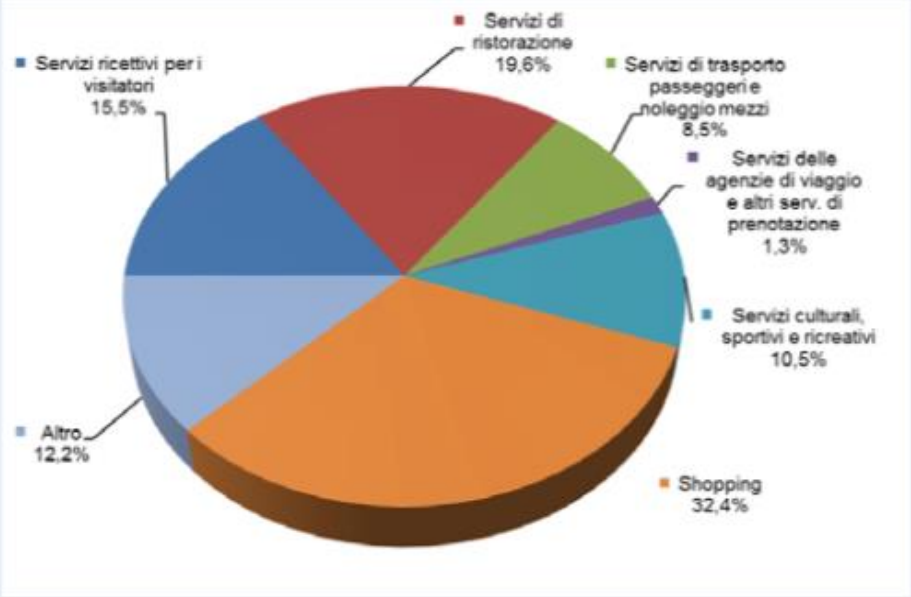
(quote percentuali su 146,3 miliardi di euro totali)



Fonte: elaborazioni su dati Istat, anno 2015.

Offerta delle industrie turistiche per prodotto

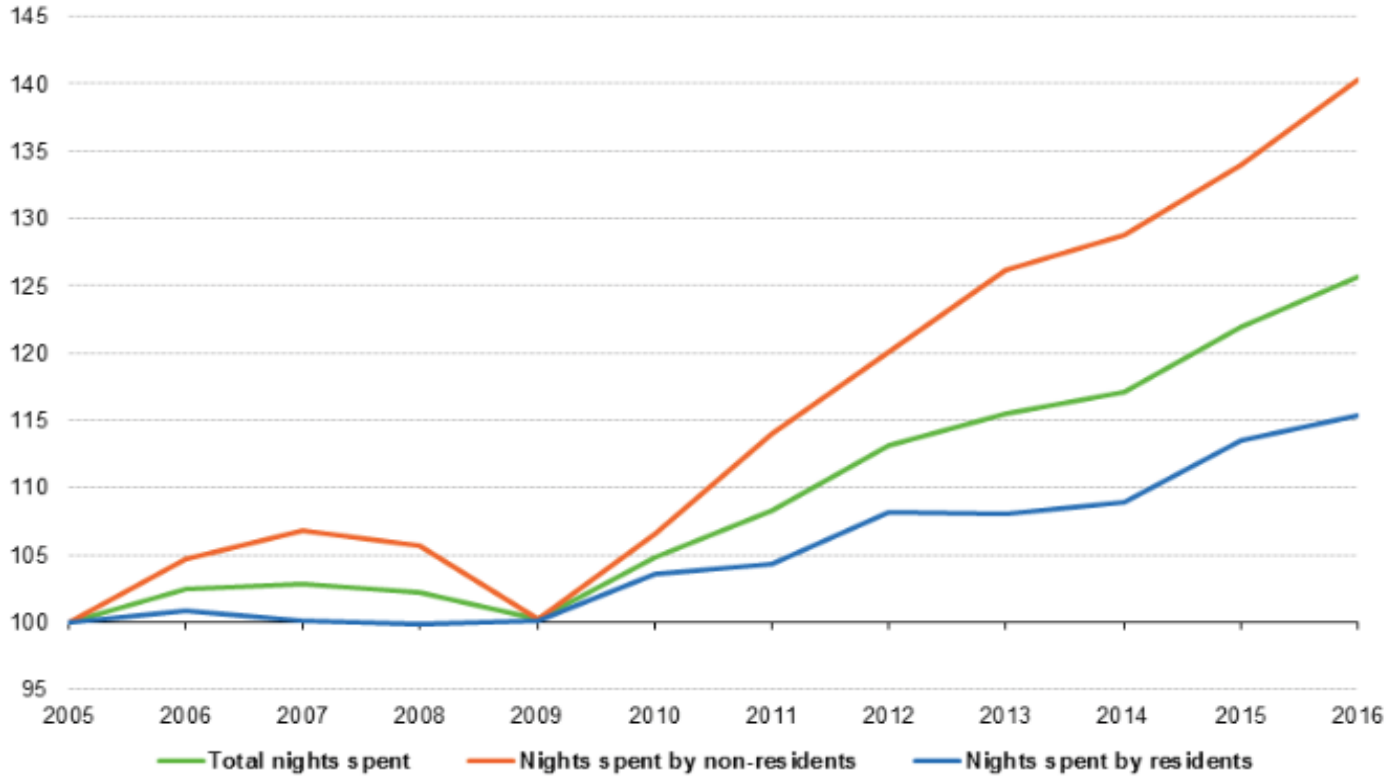
(quote percentuali su 326,3 miliardi di euro totali)



Fonte: elaborazioni su dati Istat, anno 2015.

File:Trends in nights spent at EU-28 tourist accommodation establishments, EU-28, 2005-2016 (index 2005=100).png

File File history File usage



Note: EU-28 aggregate estimated for the purpose of this publication, using the latest available data for the EU Member States. Because of methodological improvements for some Member States data from 2012 onwards are not entirely comparable with previous years (this can affect the estimation of the EU-28 aggregate).

Troppi turisti a Venezia

Ponte invaso dai turisti a Venezia

protesta a Venezia

Troppi turisti a Venezia

Protesta a Barcellona

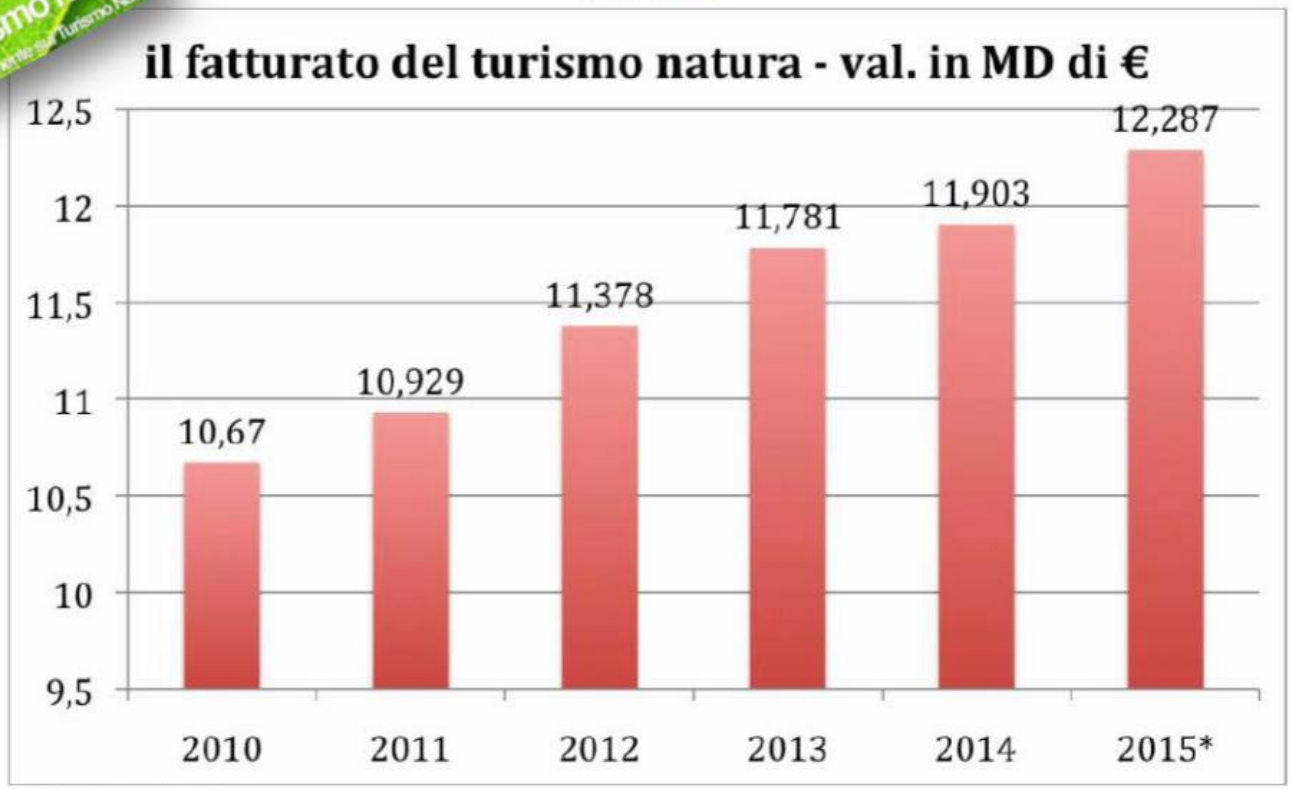
Vernazza, Cinque Terre

https://ecobnb.it/blog/2018/02/overtourism-troppi-turisti/

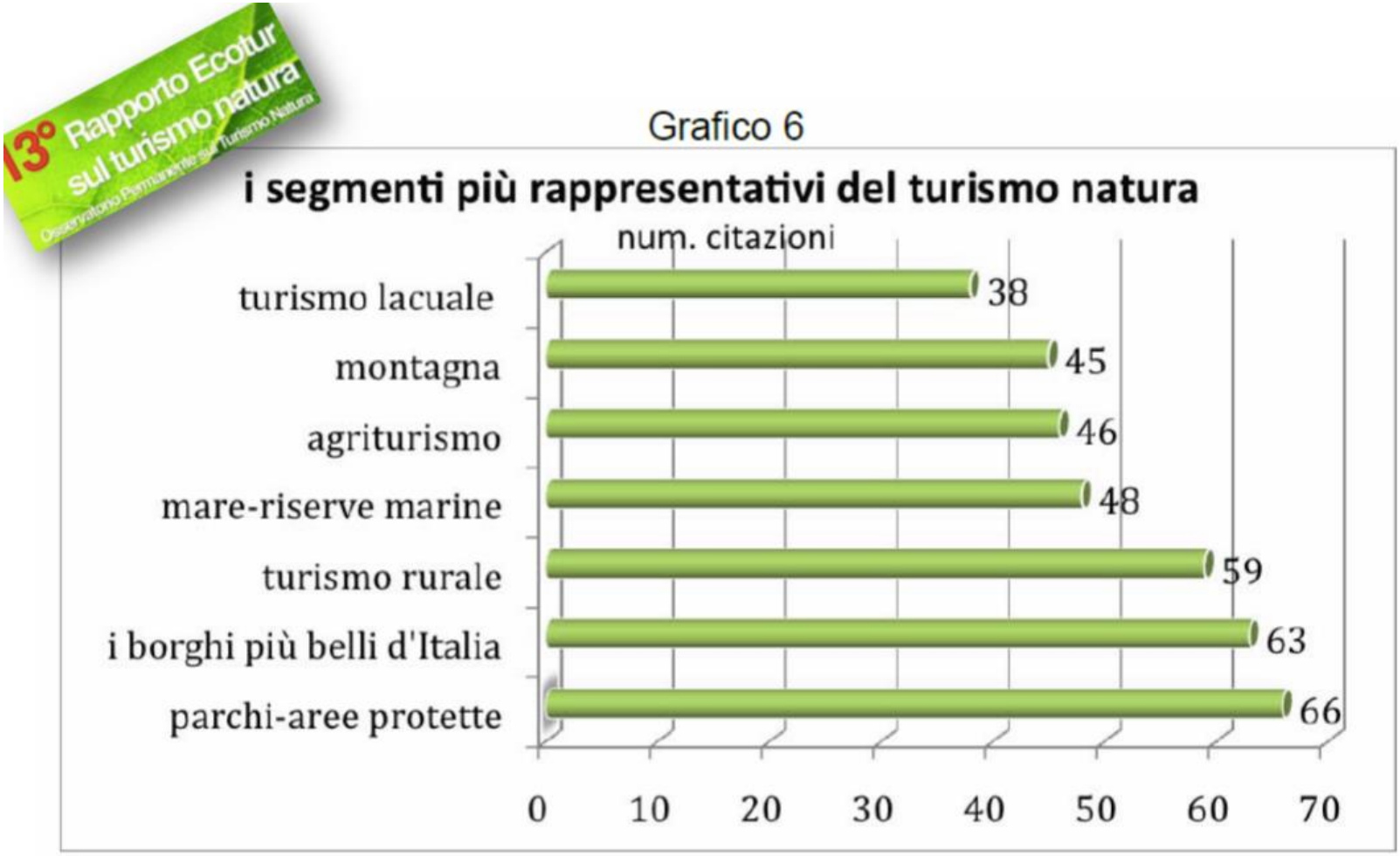
https://www.montagna.tv/cms/124317/si-concludono-le-spedizioni-sulleverest-ma-rimangono-i-rifiuti/

https://ecobnb.it/blog/2018/02/overtourism-troppi-turisti/

Grafico 5

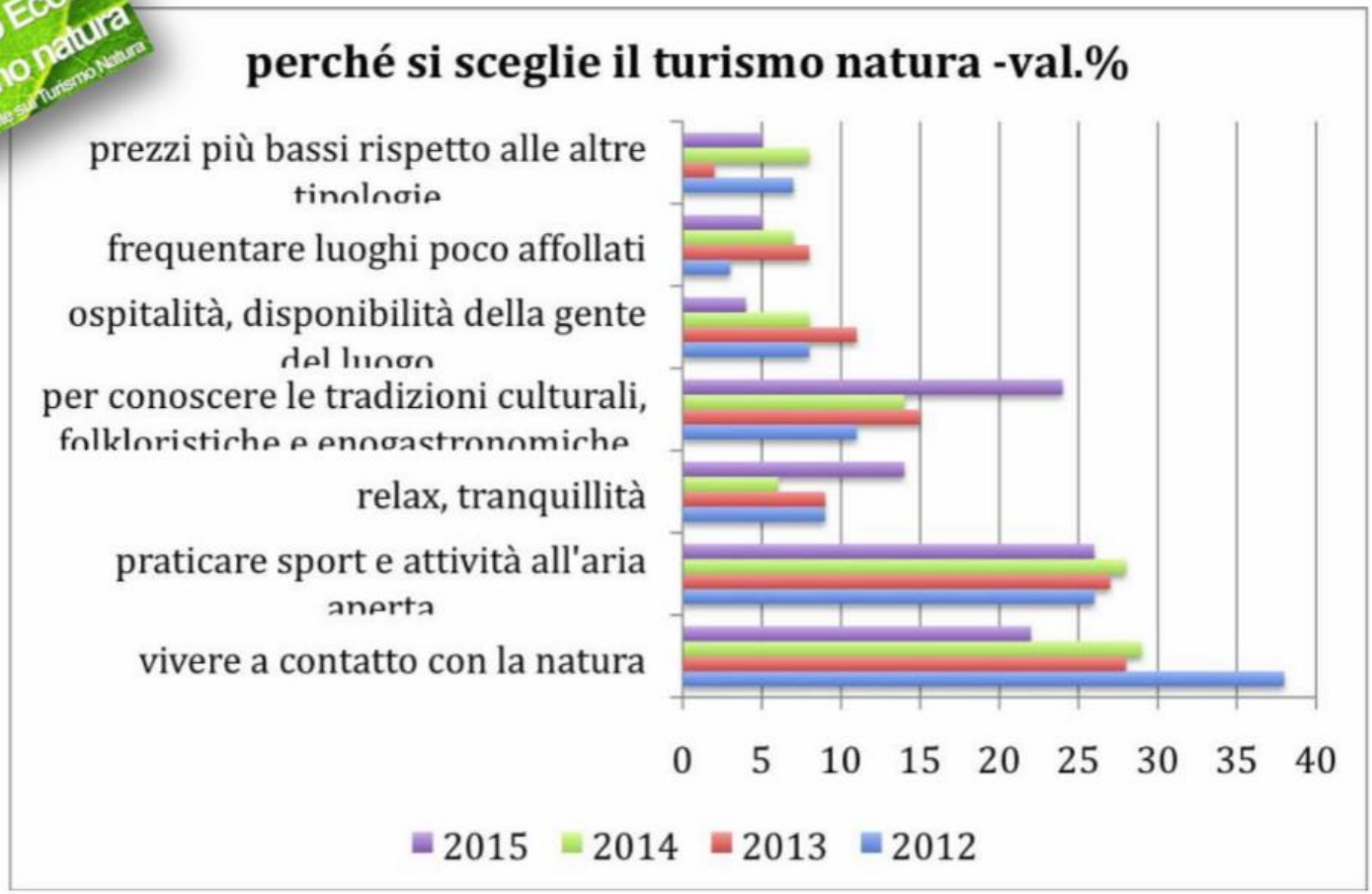


* val. provvisorio

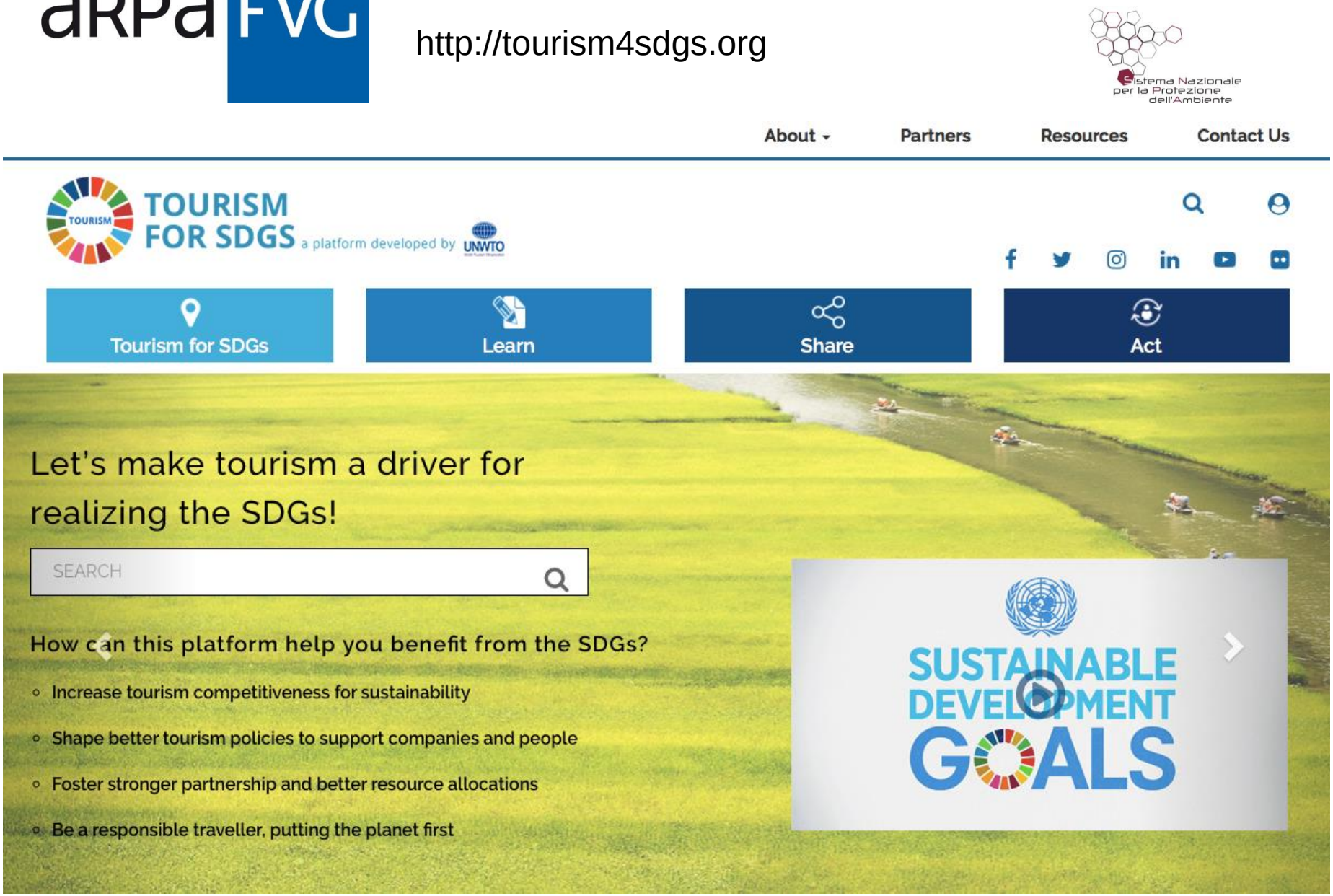

13° Rapporto Ecotur sul turismo natura
Osservatorio Permanente sul Turismo Natura
Grafico 6
i segmenti più rappresentativi del turismo natura
num. citazioni
turismo lacuale
38
montagna
45
agriturismo
46
mare-riserve marine
48
turismo rurale
59
i borghi più belli d'Italia
63
parchi-aree protette
66
0
10
20
30
40
50
60
70

13° Rapporto Ecotur
sul turismo natura
Osservatorio Permanente sul Turismo Natura

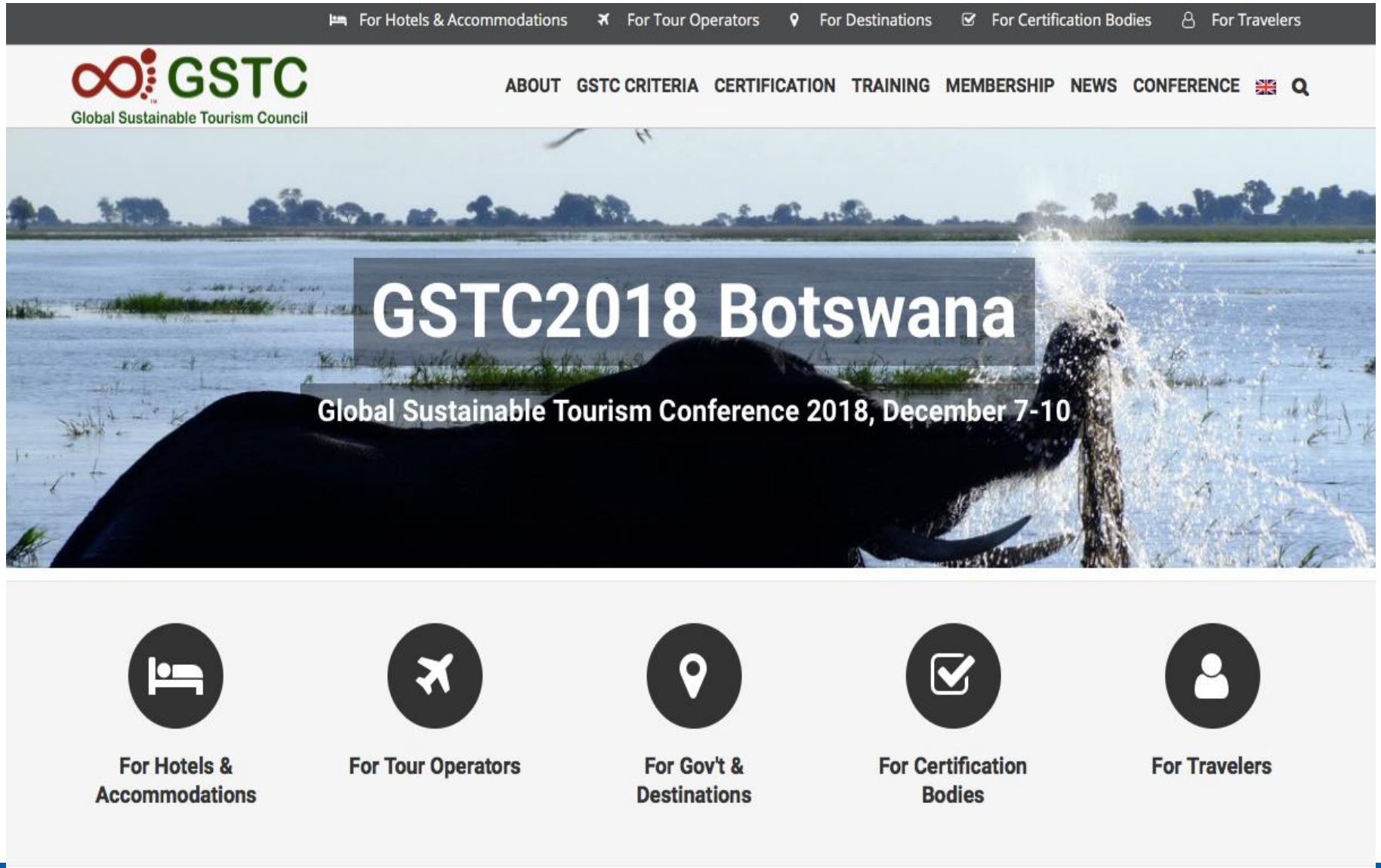
Grafico 8


perché si sceglie il turismo natura -val.%
prezzi più bassi rispetto alle altre tipologie
frequentare luoghi poco affollati
ospitalità, disponibilità della gente del luogo
per conoscere le tradizioni culturali, folkloristiche e enogastronomiche
relax, tranquillità
praticare sport e attività all'aria aperta
vivere a contatto con la natura
0
5
10
15
20
25
30
35
40
2015
2014
2013
2012

http://tourism4sdgs.org



https://www.gstcouncil.org



PRINCIPI TRASVERSALI

L'intero sistema delle strategie, degli obiettivi e degli interventi del Piano è stato disegnato e attuato nel rispetto di tre principi trasversali:

A. **Sostenibilità**: strategie, interventi e azioni del PST devono contribuire a rafforzare sistematicamente la sostenibilità del turismo nelle sue diverse accezioni relative ad ambiente, territorio, salvaguardia del patrimonio, sistema socioeconomico, cultura e cittadinanza.

B. **Innovazione**: strategie, interventi e azioni del PST devono contribuire a innovare sistematicamente prodotti, processi, tecnologie e organizzazione dell'attività turistica, a innovare il mercato e le modalità di fruizione, a creare competenze nuove e più avanzate, a supportare la rivoluzione digitale e a rendere più integrata e interoperabile la governance del settore turistico.

C. **Accessibilità/permeabilità fisica e culturale**: strategie, interventi e azioni del PST devono contribuire a rafforzare sistematicamente l'accessibilità fisica e culturale dei luoghi e dei territori aperti alla valorizzazione turistica. Questo termine ha diverse accezioni, che riguardano: l'accessibilità alla fruizione turistica per tutte le persone senza distinzione delle loro condizioni di età o di salute; l'accessibilità di luoghi e territori attraverso sistemi di mobilità sostenibile; la possibilità data ai visitatori di comprendere e interpretare la storia, la complessità e la varietà del patrimonio visitato (permeabilità culturale).

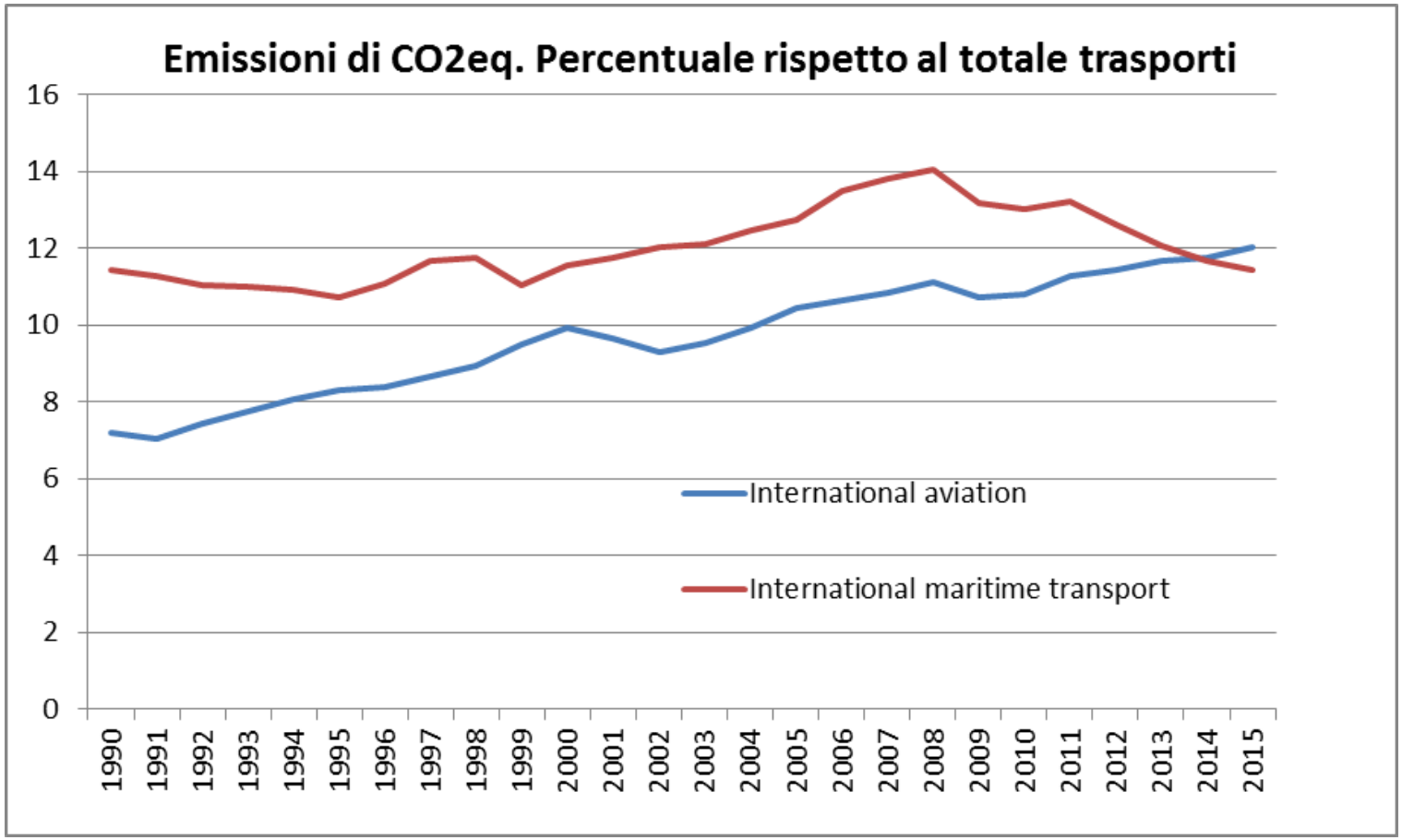
http://www.turismo.beniculturali.it/news/sostenibilita-progetti-mibact/

Sostenibilità: progetti MiBACT

6 giugno 2018

Parole chiave: Accessibilità Eventi Innovazione Nazionale Sostenibilità

Dall'impatto dei grandi numeri nelle grandi città agli anni tematici, dalla mobilità elettrica alle 'Sentinelle del mare' passando per il Tax Credit



Elaborazione da dati EEA

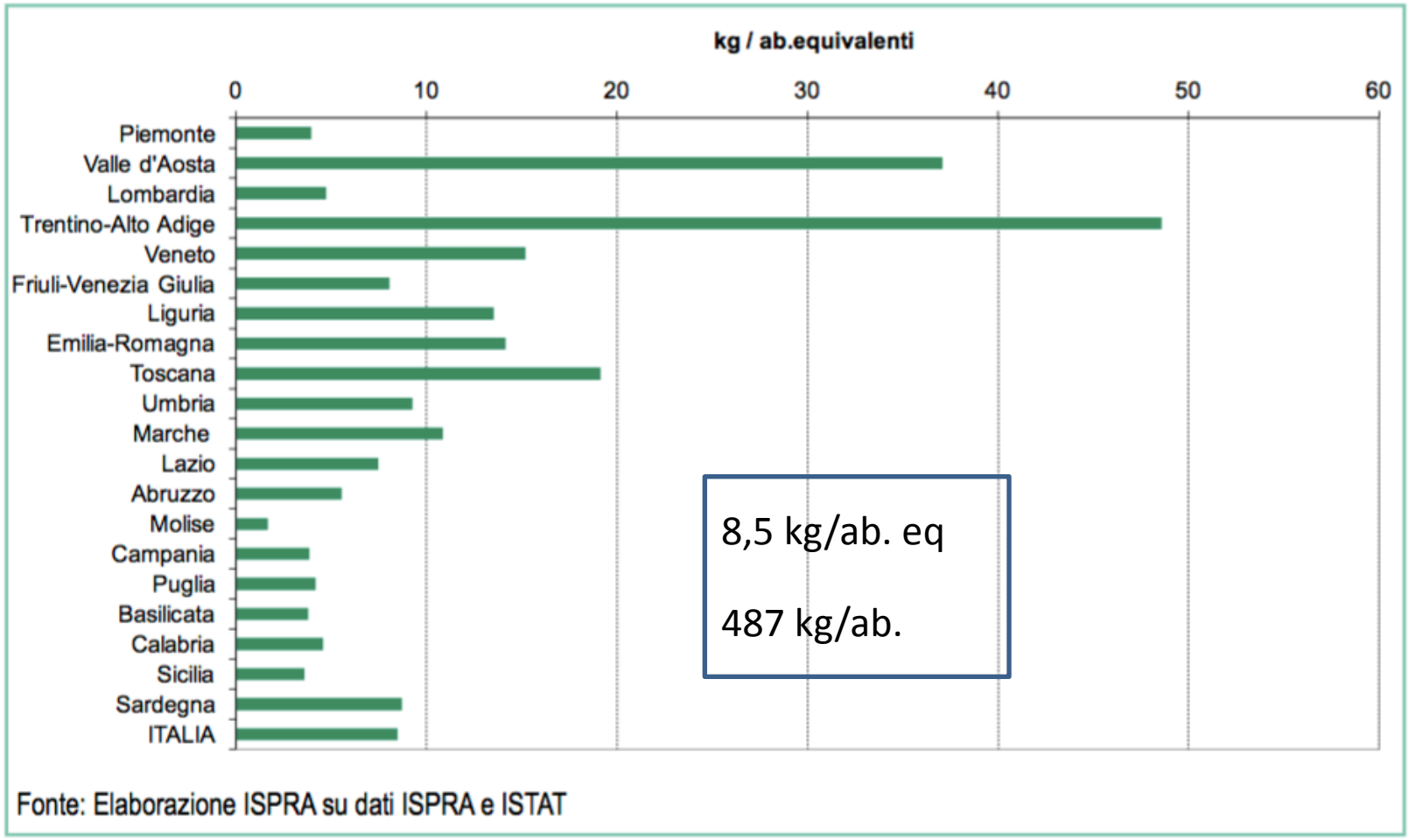


Figura 5.10: Distribuzione regionale della quota pro capite dei rifiuti solidi urbani attribuibili al turismo (2015)

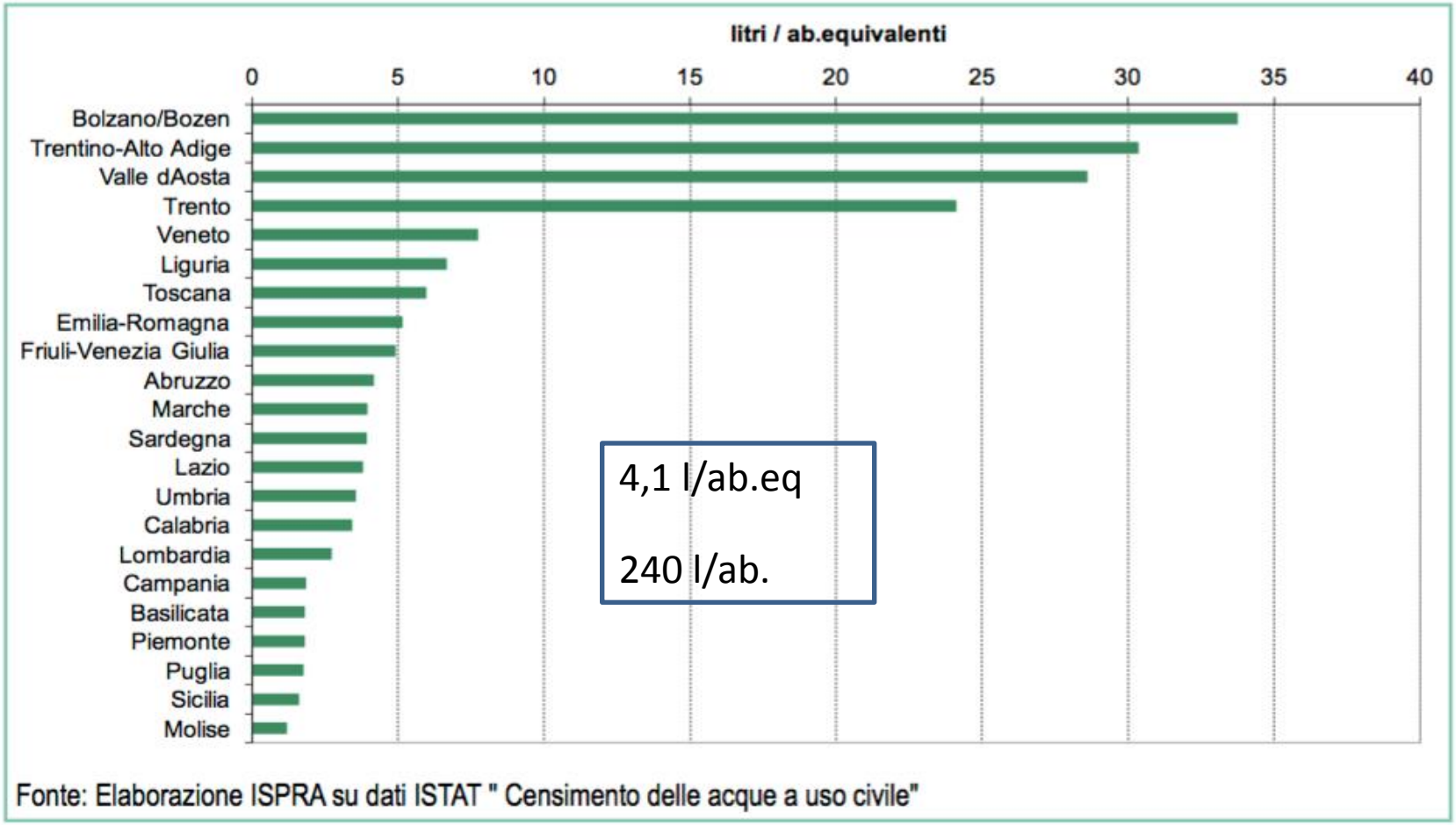


Figura 5.11: Distribuzione regionale della quota *pro capite* di consumo di acqua per uso potabile attribuibile al turismo (2012)

INDICATORI

Criteri OCSE

Misurabilità

- Una “buona” copertura spaziale (per buono si intende che i dati coprono le diverse entità territoriali e/o che la loro distribuzione territoriale è rappresentativa del fenomeno in studio).
- Una “buona” copertura temporale (almeno 5 anni).
- Adeguatamente documentati e di qualità nota.
- Aggiornati a intervalli regolari secondo fonti e procedure affidabili.
- Facilmente disponibili o resi disponibili a fronte di un ragionevole rapporto costi/benefici

INDICATORI

Rilevanza e utilità

- È di portata nazionale oppure applicabile a temi ambientali a livello regionale ma di significato nazionale.
- È in grado di descrivere il trend in atto e l'evolversi della situazione ambientale.
- È semplice, facile da interpretare.
- È sensibile ai cambiamenti che avvengono nell'ambiente e collegato alle attività antropiche.
- Fornisce un quadro rappresentativo delle condizioni ambientali, delle pressioni sull'ambiente o delle risposte della società, anche in relazione agli obiettivi di specifiche normative.
- Fornisce una base per confronti a livello internazionale.
- Ha una soglia o un valore di riferimento con il quale poterlo confrontare, in modo si possa valutare la sua significatività.

INDICATORI

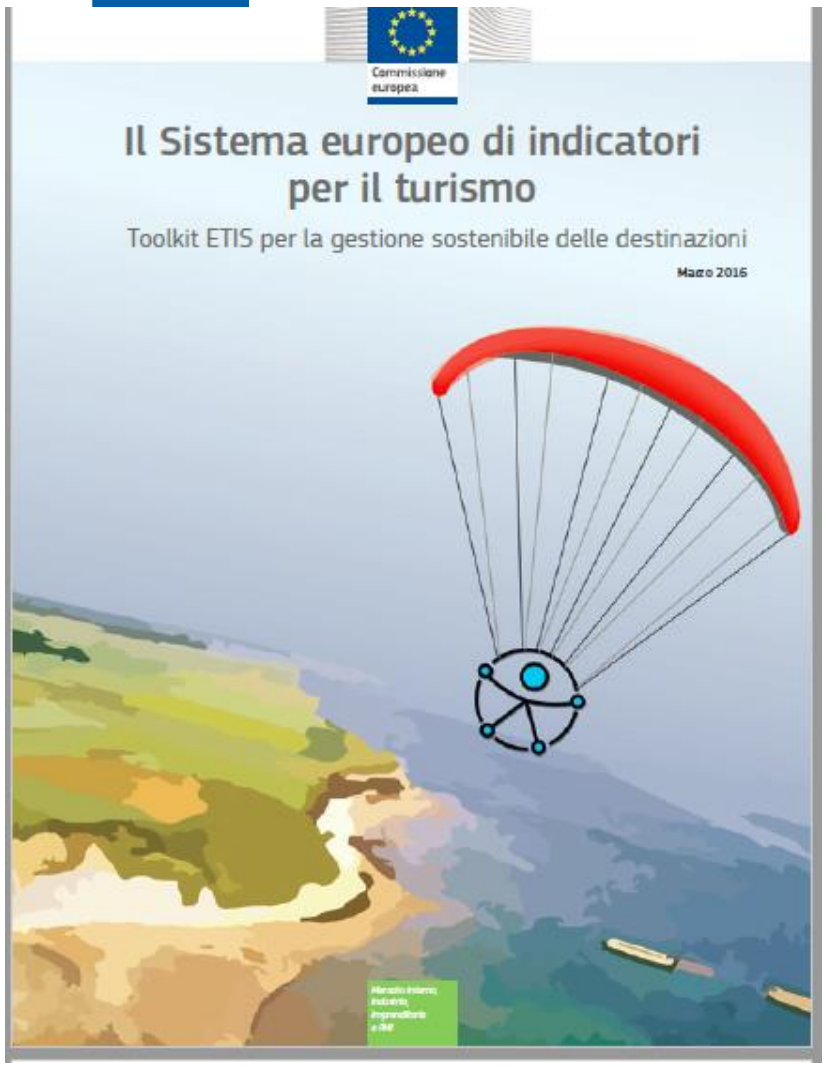
Criteri OCSE

Solidità scientifica

- È basato su standard nazionali/internazionali e sul consenso nazionale/internazionale circa la sua validità.
- È ben fondato in termini tecnici e scientifici.
- Possiede elementi che consentono di correlarlo a modelli economici, previsioni e sistemi di informazione.
- Presenta attendibilità e affidabilità dei metodi di misura e raccolta dati.
- Comparabilità nel tempo.
- Comparabilità nello spazio.

Tema Ambientale	Nome Indicatore	DPSIR	Periodicità di aggiornamento	Qualità Informazione	Copertura		Stato e *trend*
					S	T	
Turismo	Infrastrutture turistiche	D	Annuale	👍👍👍	I R	1991-2015	😐
	Flussi turistici per modalità di trasporto	D	Annuale	👍👍👍	I R	1996-2015	☹
	Intensità turistica	D	Annuale	👍👍👍	I R	1991-2015	😐
	Incidenza del turismo sui rifiuti	P	Annuale	👍👍👍	I R	2006-2015	☺
	Incidenza del turismo sui consumi di acqua potabile	P	N.d.	👍👍	R	2008-2012	-
	Pressione ambientale delle principali infrastrutture turistiche: porti turistici	P I	Annuale	👍👍👍	R.c.	2010-2015	☹
	Pressione ambientale delle principali infrastrutture turistiche: campi da golf	P I	Annuale	👍	I R	2016	-
	Turismo nei parchi[a]	D S	N.d.		I R	-	-
	Consumo di energia elettrica nel settore turistico	S	Annuale	👍👍👍	I R	2007-2015	☺
	Bandiere blu per spiagge e approdi turistici	R	Annuale	👍👍👍	I R	2004-2017	☺
	Agriturismo	R	Annuale	👍👍👍	R	2003-2015	☺

[a] Nella presente edizione, l'indicatore non è stato aggiornato. La relativa scheda è consultabile nel Database Indicatori Annuario



43 indicatori principali + indicatori supplementari

- ✓ Gestione della destinazione
- ✓ Valore economico
- ✓ Impatto sociale e culturale
- ✓ Impatto ambientale

ETIS è uno strumento di gestione, informazione e monitoraggio specificamente rivolto alle destinazioni turistiche.

Non è un sistema di certificazione o di etichettatura ecologica

Consente il monitoraggio delle prestazioni delle destinazioni turistiche

Si basa su un approccio multilaterale che incoraggia le destinazioni a formare un gruppo di lavoro delle parti interessate, definisce le priorità, i ruoli e le responsabilità tra gli attori, stimola la cooperazione e il coordinamento e sostene il processo di gestione e monitoraggio.

Passo 1: sensibilizzazione mediante la comunicazione

Passo 2: creazione di un profilo della destinazione. Compilazione della scheda per fornire il quadro di riferimento (geografia, servizi turistici, collegamenti di trasporto e numero di visitatori …)

Passo 3: formazione di un gruppo di lavoro delle parti interessate aventi sede nella destinazione e che sono interessati al turismo e operano nel settore

Passo 4: definizione dei ruoli e delle responsabilità dei membri del gruppo di lavoro, i relativi interessi e le modalità di raccolta dati

Passo 5: raccolta e registrazione dei dati. Le destinazioni possono scegliere gli indicatori maggiormente pertinenti che intendono adottare e monitorare

Passo 6: analisi dei risultati e definizione delle azioni necessarie

Passo 7: promozione di uno sviluppo e di un miglioramento continui. Redazione di un piano triennale in cui figurino gli obiettivi, i termini e le sfere di competenza.

Indicatori principali

Coprono gli aspetti fondamentali del monitoraggio della sostenibilità e forniscono la base per la gestione efficace della destinazione.

Permettono di realizzare un confronto nel corso del tempo e un'analisi comparativa tra le destinazioni.

Indicatori supplementari

Vanno ad aggiungersi alle informazioni di base e consentono alle destinazioni di adattare il sistema alle proprie esigenze.

Sezione A: gestione della destinazione

Criteri	N. di riferimento dell'indicatore#	Indicatori principali ETIS
A.1 Politica pubblica per un turismo sostenibile	A.1.1	Percentuale delle imprese/strutture turistiche nella destinazione che utilizzano una certificazione volontaria/un marchio per misure inerenti l'ambiente/la qualità/la sostenibilità e/o la responsabilità sociale delle imprese
A.2 Soddisfazione del cliente	A.2.1	Percentuale dei turisti e degli escursionisti soddisfatti dell'esperienza complessiva nella destinazione
	A.2.2	Percentuale dei visitatori abituali/visitatori che ritornano nella destinazione (entro 5 anni)

Sezione B: valore economico

Criteri	N. di riferimento dell'indicatore#	Indicatori principali ETIS
B.1 Flusso turistico (volume & valore) nella destinazione	B.1.1	Numero di pernottamenti turistici al mese
	B.1.2	Numero di escursionisti al mese
	B.1.3	Contributo relativo del turismo all'economia della destinazione (% PIL)
	B.1.4	Spesa giornaliera per turista pernottante
	B.1.5	Spesa giornaliera per escursionista
B.2 Risultati delle imprese turistiche	B.2.1	Lunghezza media del soggiorno dei turisti (notti)
	B.2.2	Percentuale dei posti letto occupati al mese in strutture ricettive commerciali e media annua
B.3 Quantità e qualità dell'occupazione	B.3.1	Occupazione diretta nel turismo come percentuale dell'occupazione totale nella destinazione
	B.3.2	Percentuale dei posti di lavoro stagionali nel turismo
B.4 Catena di distribuzione del turismo	B.4.1	Percentuale di prodotti alimentari, bevande, beni e servizi prodotti a livello locale e acquistati dalle imprese turistiche della destinazione

a

Sezione C: impatto sociale e culturale		
Criteri	**N. di riferimento dell'indicatore#**	**Indicatori principali ETIS**
C.1 Impatto sociale/sulla comunità	C.1.1	Numero di turisti/visitatori per 100 residenti
	C.1.2	Percentuale dei residenti soddisfatti del turismo nella destinazione (al mese/per stagione)
	C.1.3	Numero di letti disponibili nelle strutture ricettive commerciali per 100 residenti
	C.1.4	Numero di seconde case per 100 case
C.2 Salute e sicurezza	C21	Percentuale dei turisti che sporgono denuncia alla polizia
C.3 Parità di genere	C.3.1	Percentuale di uomini e donne occupati nel settore del turismo
	C.3.2	Percentuale delle imprese turistiche il cui direttore generale è una donna
C.4 Inclusione/accessibilità	C.4.1	Percentuale di camere presso strutture ricettive commerciali accessibili alle persone con disabilità
	C.4.2	Percentuale di strutture ricettive commerciali che partecipano a programmi informativi riconosciuti in tema di accessibilità
	C.4.3	Percentuale dei trasporti pubblici accessibili alle persone con disabilità e alle persone con specifiche esigenze di accesso
	C.4.4	Percentuale di attrazioni turistiche accessibili alle persone con disabilità e/o che partecipano a programmi informativi riconosciuti in tema di accessibilità
C.5 Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, dell'identità e delle risorse locali	C.5.1	Percentuale dei residenti soddisfatti dell'impatto del turismo sull'identità della destinazione
	C.5.2	Percentuale degli eventi della destinazione turistica che si occupano di cultura e patrimonio tradizionale/locale

Sezione D: impatto ambientale

Criteri	N. di riferimento dell'indicatore#	Indicatori principali ETIS
D.1 Riduzione dell'impatto dei trasporti	D.1.1	Percentuale dei turisti e degli escursionisti che utilizzano vari mezzi di trasporto per raggiungere la destinazione
	D.1.2	Percentuale dei turisti e degli escursionisti che utilizzano i servizi locali/di mobilità dolce/di trasporto pubblico per circolare nella destinazione
	D.1.3	Distanza media (km) percorsa dai turisti e dagli escursionisti dal proprio domicilio verso la destinazione
	D.1.4	Impronta di carbonio media dei turisti e degli escursionisti che si spostano dal proprio domicilio verso la destinazione
D.2 Cambiamento climatico	D.2.1	Percentuale delle imprese turistiche che partecipano a programmi per la mitigazione del cambiamento climatico, quali la compensazione di CO_2, i sistemi a basso consumo energetico ecc., e che mettono in atto risposte e azioni di «adattamento»
	D.2.2	Percentuale delle strutture ricettive e delle infrastrutture di richiamo turistico situate in «zone vulnerabili»
D.3 Gestione dei rifiuti solidi	D.3.1	Produzione di rifiuti per pernottamento turistico rispetto alla produzione di rifiuti per persona della popolazione generale (in kg)
	D.3.2	Percentuale delle imprese turistiche che effettuano una raccolta differenziata dei rifiuti
	D.3.3	Percentuale del totale dei rifiuti riciclati per turista rispetto alla totalità dei rifiuti riciclati per residente all'anno
D.4 Trattamento delle acque reflue	D.4.1	Percentuale delle acque reflue provenienti dalla destinazione che vengono sottoposte a un trattamento almeno di secondo livello prima dello scarico
D.5 Gestione dell'acqua	D.5.1	Consumo d'acqua per pernottamento turistico rispetto a quello della popolazione generale per persona a notte
	D.5.2	Percentuale delle imprese turistiche che adottano misure per ridurre il consumo di acqua
	D.5.3	Percentuale delle imprese turistiche che utilizzano acqua riciclata
D.6 Consumo energetico	D.6.1	Consumo energetico per pernottamento turistico rispetto a quello della popolazione generale per residente a notte
	D.6.2	Percentuale delle imprese turistiche che adottano misure per ridurre il consumo energetico
	D.6.3	Quantità annua di energia consumata da fonti rinnovabili (MWh) come percentuale del consumo energetico totale a livello di destinazione all'anno
D.7 Tutela del paesaggio e della biodiversità	D.7.1	Percentuale delle imprese locali nel settore turistico che sostengono attivamente la protezione, conservazione e gestione della biodiversità e dei paesaggi locali

IL PROGRAMMA

9.00 Saluti

9.30 Gli impatti del turismo nelle diverse dimensioni della sostenibilità: quali sono, come misurarli applicando set di indicatori - Stefania DEL FRATE, ARPA FVG Funzione NIP

11.00 Pausa

11.15 Marchi ed etichette ambientali: tipologie, caratteristiche, vantaggi, diffusione. Approfondimento su Ecolabel UE per le strutture ricettive - Francesca BONEMAZZI, ARPA FVG Funzione NIP

12.30: Esperienze/Contributi dei partecipanti

13.00 Chiusura dei lavori

SOSTENIBILITA' E SETTORE TURISTICO

Il Turismo nel 2016 [fonte: WTTC, World Travel & Tourism Council nov. 2016] rappresenta in Italia il 4,2 % del PIL

E' un settore fortemente influenzato dai cambiamenti climatici: secondo i principali documenti sugli adattamenti necessari ai cambiamenti climatici sia il turismo balneare (innalzamento del mare, erosione spiagge, eventi climatici estremi) che quello invernale montano (assenza di precipitazioni nevose) saranno fortemente colpiti.

Nello stesso tempo il turismo impatta fortemente sull'ambiente: attualmente il settore Viaggi e Turismo concorre al 8% delle emissioni di CO2 a livello globale, specialmente con i trasporti aerei [fonte: Lenzen et al. Nature Climate Changevolume 8, pag 522–528 (2018)]

POLITICHE DI SOSTENIBILITA'

1992: Conferenza di Rio de Janeiro: Agenda 21

V Programma d'azione europeo

1997: Protocollo di Kyoto

2001: IPP (Integrated Product Policy): approccio integrato per la riduzione ambientale dei prodotti nel loro ciclo di vita

VI programma d'azione europeo

2014: VII programma d'azione europeo

2015: Agenda ONU 2030

APPROCCIO UE: UN CIRCOLO VIRTUOSO CHE PARTE DAL MONDO PRODUTTIVO

quantificare l'impatto ambientale di prodotti/servizi secondo un **approccio standardizzato**

↓

comunicare ai consumatori le proprie performance ambientali con **trasparenza, affidabilità,completezza e comparabilità** per una **scelta di acquisto** basata anche sulle qualità ambientali dei prodotti/servizi sul mercato

↓

la domanda stimola il mondo produttivo a **migliorare le proprie performance ambientali**

Janez Potočnik, ex Commissario UE per l'Ambiente: *"Se vogliamo favorire la crescita sostenibile dobbiamo assicurarci che i prodotti più efficienti sotto il profilo delle risorse e più ecologici sul mercato siano **conosciuti** e **riconoscibili**…… ……mentre aiutare le imprese ad allineare le metodologie applicate equivale a **tagliare i loro costi e oneri** amministrativi".*

COSA SPINGE L'IMPRENDITORE AD IMPEGNARE ENERGIE E RISORSE NEL GREEN?

UNA VALUTAZIONE DEL RISCHIO DI PERDERE **COMPETITIVITA' ED OCCASIONI DI MERCATO**

CONVIENE?

E SE SI',

COME SCEGLIERE NELLA SELVA DI PROPOSTE???

PUNTARE SULLA SOSTENIBILITA' CONVIENE ?

miglioramento della reputazione (oltre che dell'ambiente!):

-differenziazione dai competitor,

-apertura di mercati specifici,

-miglioramento dei rapporti con stakeholder (clienti, territorio, istituzioni, fornitori).

possibilità di accesso a vantaggi/incentivi:

-semplificazioni burocratiche,

-bandi/gare.

maggiore propensione all'innovazione

minori costi di gestione

QUALE REPUTAZIONE ?

Circa il 48% degli intervistati dichiara di premiare le scelte responsabili adottate da strutture e località turistiche [fonte: studio Espresso Communication per ConLegno]

MA…… c'è anche molto GREENWASHING!!

come fare a comunicare in modo appropriato la propria reale «sostenibilità»?

Basta autodichiararlo (green claims) oppure il rispetto di determinati standard ambientali è più credibile se garantito da un **marchio?**

QUALE MARCHIO SCEGLIERE?

DI SISTEMA (SGA) O DI PRODOTTO/SERVIZIO (ECOETICHETTE)

SELETTIVI (CON STANDARD MINIMI RICHIESTI) OPPURE NO

CERTIFICATI DA ENTE TERZO OPPURE NO

MULTI O MONO CRITERIO

VERIFICATORE PUBBLICO O PRIVATO

QUALCHE APPROFONDIMENTO SU ECOLABEL UE

VOLONTARIO ED EUROPEO

BASATO SULL'INTERO CICLO DI VITA
(LCA - LIFE CYCLE ASSESSMENT)

GARANTITO DA PARTE TERZA INDIPENDENTE
(ecoetichetta tipo I): in Italia il marchio è rilasciato dal Comitato Ecolabel Ecoaudit, organo interministeriale creato con DM 413/1995, che si avvale del supporto tecnico dell'ISPRA

SELETTIVO: viene assegnato solo a prodotti/servizi che rispettano criteri ambientali fissati in maniera scientifica dal Comitato europeo per l'Ecolabel

MULTICRITERIO: tiene conto di una molteplicità di aspetti ambientali

QUALCHE APPROFONDIMENTO SU ECOLABEL UE: ITER DI CERTIFICAZIONE

- Richiedente si registra sul sito della Commissione ECAT e chiede al Comitato Ecolabel-Ecoaudit.
- ISPRA effettua un'istruttoria (max 60 gg): costi da 350 a 1200 euro (con riduzioni per possesso EMAS e ISO 14001)
- Il Comitato, sulla base delle risultanze dell'istruttoria ISPRA (max 30 gg) stipula il contratto col richiedente e comunica l'esito della procedura alla Commissione Europea: costi diritto d'uso 0.10% delle vendite.

ECOLABEL UE: CHI PUO' CERTIFICARSI

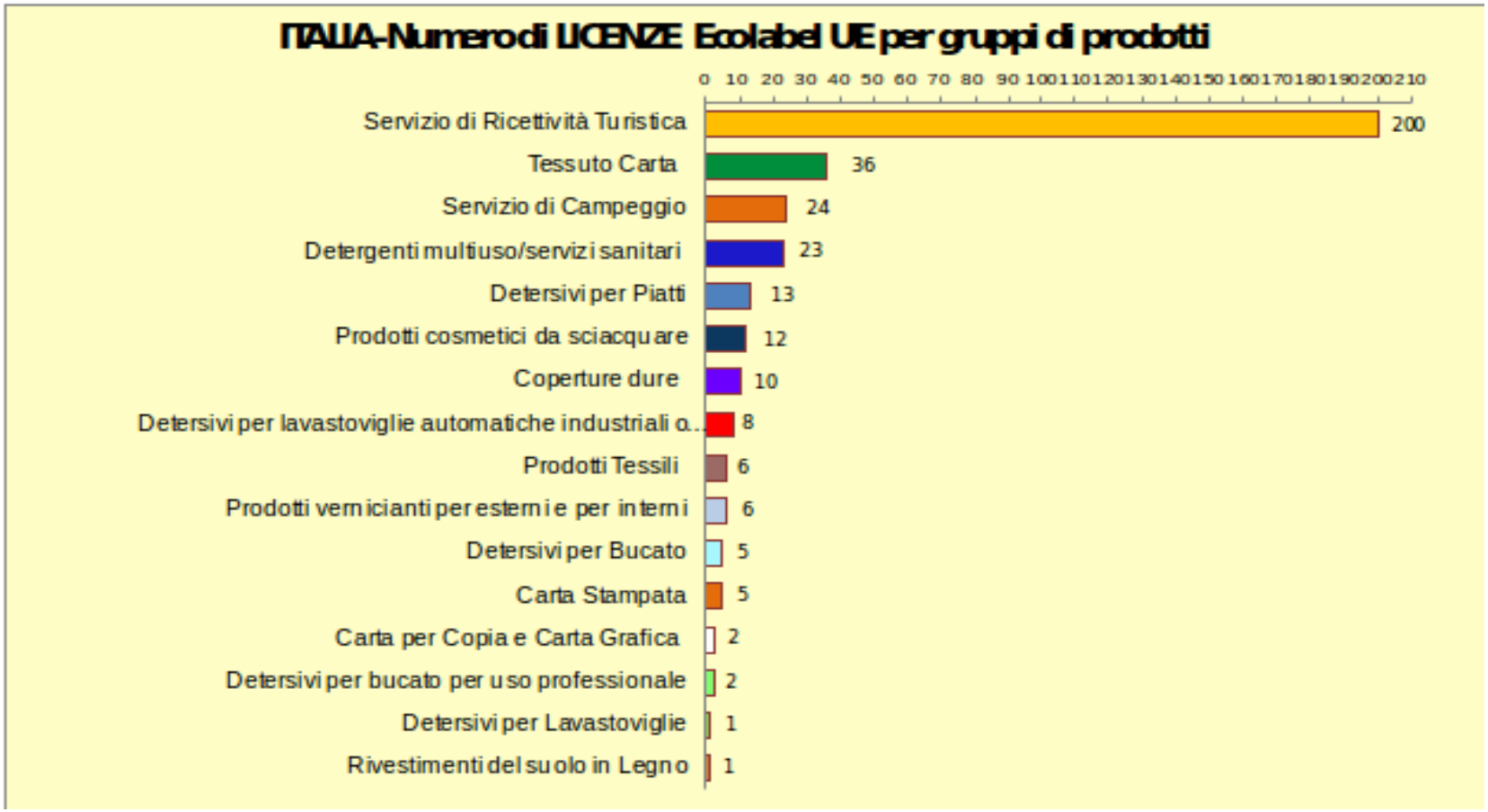
26 gruppi di prodotti: igiene personale, detersivi, abbigliamento, mobili, elettrodomestici, prodotti di carta, apparecchi elettronici…..

2 servizi: strutture ricettive (codice 051) che rappresenta il 37% del totale delle licenze Ecolabel in EU (786/2130) e servizi di pulizia di ambienti interni (criteri EU definiti a maggio 2018)

Dati ISPRA 2018: 332 licenze in Italia corrispondenti a circa 9500 prodotti/servizi

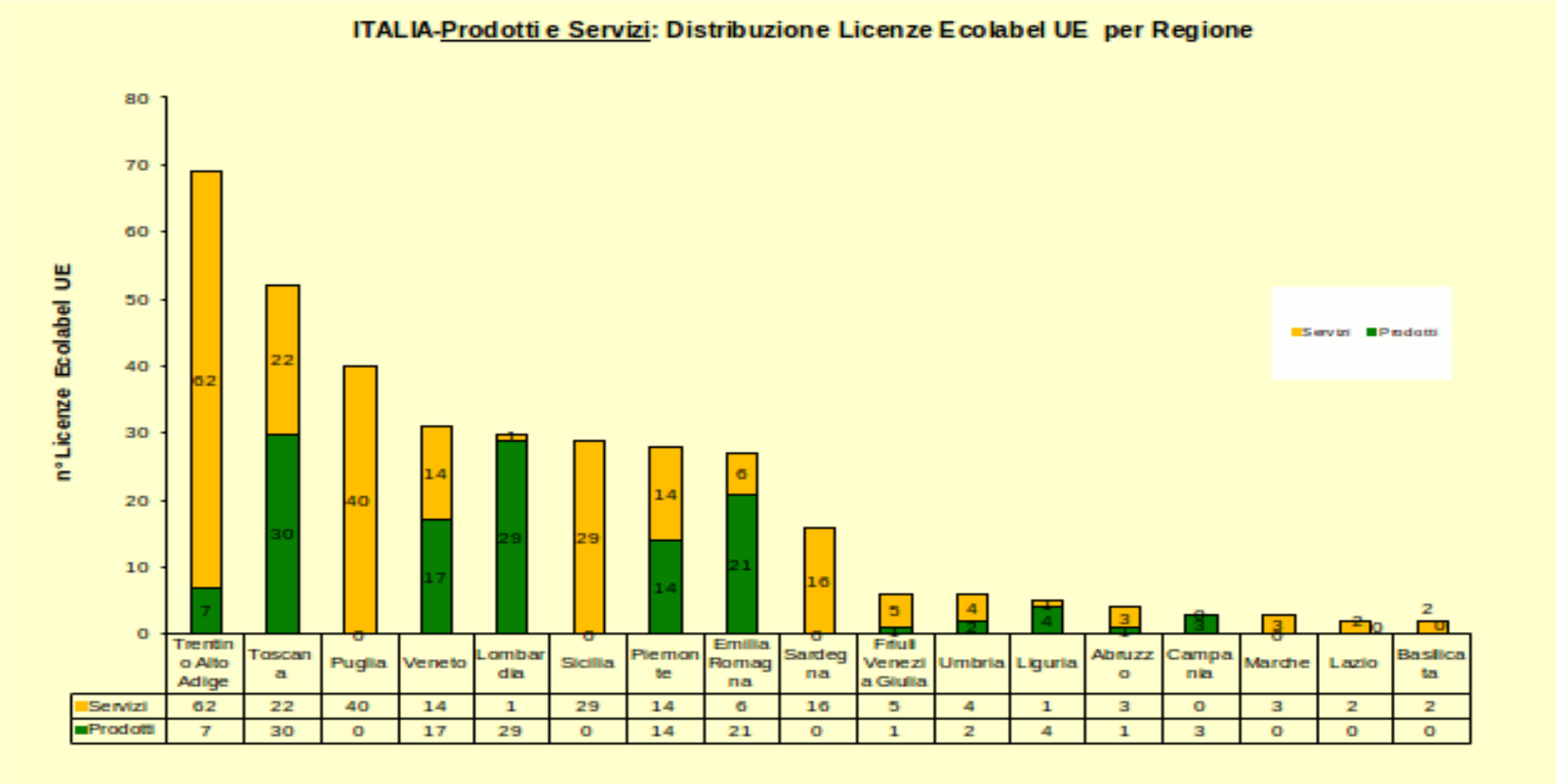
ECOLABEL UE: DI COSA SI OCCUPA

PRODOTTI E SERVIZI (fonte: ISPRA http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/ecolabel-ue/materiale-informativo/grafici-e-dati/grafici-2017/grafici20171004/grafico-2)



ECOLABEL UE: DISTRIBUZIONE REGIONALE

PRODOTTI E SERVIZI (fonte: ISPRA http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/ecolabel-ue/materiale-informativo/grafici-e-dati/grafici-2017/grafici20171004/grafico-6)



	Trentino Alto Adige	Toscana	Puglia	Veneto	Lombardia	Sicilia	Piemonte	Emilia Romagna	Sardegna	Friuli Venezia Giulia	Umbria	Liguria	Abruzzo	Campania	Marche	Lazio	Basilicata
Servizi	62	22	40	14	1	29	14	6	16	5	4	1	3	0	3	2	2
Prodotti	7	30	0	17	29	0	14	21	0	1	2	4	1	3	0	0	0

ECOLABEL UE: OBIETTIVI

art. 6 Allegato I del Regolamento 66/2010:

-Individuare migliori prodotti/servizi
-Avere base scientifica (LCA);
-Includere aspetti inerenti la salute e sicurezza;
-Includere, ove possibile, aspetti sociali ed etici;
-Ridurre test sugli animali;
-Condurre alla sostituzione di sostanze pericolose;
-Incentivare la durabilità e riutilizzabilità;
-Essere rappresentativi della intera UE;
-Garantire ascolto di tutte le parti interessate;
-Garantire armonizzazione con la la legislazione UE;
-Includere criteri sull'idoneità all'uso.

ECOLABEL UE TURISMO: REQUISITI

1) Appartenere ad una struttura ricettiva (= fornitura di servizi di **ricettività turistica** e di **servizi di campeggio** con eventuali servizi accessori come quello di ristorazione, strutture ricreative o sportive, spazi verdi, strutture per eventi individuali quali conferenze, riunioni o formazioni professionali, impianti sanitari, strutture adibite a lavanderia e cucina o servizi d'informazione in comune per i turisti del campeggio, i viaggiatori e gli ospiti)

2) Rispettare tutte le disposizioni legislative nazionali e locali in materia di agibilità, efficienza energetica e isolamento termico, fonti idriche, trattamento delle acque e smaltimento delle acque reflue sicurezza e salute, vincoli paesaggistici.. (prerequisito)

3) Essere conforme a tutti i criteri obbligatori e a quelli facoltativi fino al raggiungimento di un punteggio minimo

ECOLABEL UE TURISMO: CRITERI

Fino a fine 2016 c'erano 2 diversi set di criteri: la decisioni 2009/564/CE ha stabilito i criteri ecologici e i relativi requisiti di valutazione e di verifica per i servizi di campeggio e la 2009/578/CE per i servizi di ricettività turistica.

Con la decisione (UE) 2017/175 la Commissione stabilisce un nuovo set di criteri valido per l'assegnazione del marchio ecologico Ecolabel UE alle **strutture ricettive** (=servizi di campeggio e servizi di ricettività turistica)

I Criteri si dividono in 2 tipologie:

-OBBLIGATORI (parte A): da applicare interamente

-FACOLTATIVI (parte B): da applicare fino ad un punteggio minimo diverso a seconda del tipo di struttura e dei servizi erogati

Tutti i criteri (obbligatori e facoltativi) si dividono in 5 sezioni:

-criteri generali di gestione

-criteri energetici

-criteri relativi all'acqua

-criteri relativi ai rifiuti e alle acque reflue

-altri criteri

ECOLABEL UE TURISMO: CRITERI

ESEMPI DI CRITERI (in totale **67**, di cui 22 obbligatori):

-applicazione obbligatoria di una base di sistema di gestione ambientale (comprensiva di politica ambientale, programma d'azione, relazione di valutazione). Certificazione facoltativa;

-risparmio di energia e uso di energia rinnovabile (infissi, spegnimento automatico lampadine/condizionatori, lampadine a led, classe energetica elettrodomestici);

-risparmio della risorsa idrica (rompigetto, cambio biancheria «responsabile», flusso acqua dai rubinetti);

-riduzione e differenziazione dei rifiuti (meno «usa e getta» e monodose);

-riduzione dell'uso di sostanze chimiche (utilizzo di prodotti ecolabel, dosaggio appropriato).

……

ECOLABEL UE TURISMO FVG

E’ difficile soddisfare questi criteri?

5 strutture in FVG con marchio ECOLABEL UE

- Rifugio Alpino N. Flaiban - F. Pacherini(Moruzzo-UD)
- Albergo Pace Alpina (Ravascletto-UD)
- Bio-agriturismo Parco Rurale Alture di Polazzo (Fogliano Redipuglia –GO)
- Campeggio Zoncolan (Ravascletto-UD)
- Agricampeggio Parco Rurale Alture di Polazzo (Fogliano Redipuglia –GO)

ECOLABEL UE TURISMO: VANTAGGI E CRITICITA'

(fonte: valutazione degli impatti ambientali, economici e culturali derivanti dall'applicazione dei marchi di qualità ambientale diffusi nella provincia di Trento: Ecolabel Turismo)

VANTAGGI STRUTTURA ECOLABEL UE RISPETTO AD UNA STRUTTURA CONVENZIONALE:

-43% DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

-21% DELLE SPESE RISPETTO AD UNA STRUTTURA CONVENZIONALE (soprattutto costi energetici, poiché sui rifiuti la tariffazione cambia di meno al cambiare delle quantità)

-APPREZZAMENTO DEI TURISTI CHE NE USUFRUISCONO

CRITICITA' CHE FRENANO LA DIFFUSIONE:

-ECCESSO DI BUROCRAZIA PER ACCEDERE AL MARCHIO

-COSTI MARCHIO

-RIDOTTE O NULLE AGEVOLAZIONI

-SCARSA CONOSCENZA DEL MARCHIO DA PARTE DEI TURISTI (CONFUSIONE CON ALTRI MARCHI..)

CARATTERISTICHE ECOLABEL UE

	ECOLABEL UE
Tipo schema	Ecoetichetta I: selettivo (criteri obbligatori), certificato da ente terzo pubblico
Organismo gestore	Comitato EMAS/ Ecolabel
Verificatore abilitato	ISPRA
Durata della certificazione	Fino a che non vengono modificati i criteri della categoria
Costi	350-600-1200 istruttoria (PMGI) + 0,10% del fatturato/y (100 flat per le microimprese) + consulenza……(?)

QUALI LE CAUSE DELLA CONTRAZIONE DELL'ECOLABEL TURISMO?

COSTI E RISORSE PER L'IMPRESA TROPPO ELEVATI A FRONTE DI AGEVOLAZIONI LIMITATE E RITORNO DI IMMAGINE E DI MARKETING INFERIORE ALLE ATTESE:
-SCARSA ALFABETIZZAZIONE DEL MERCATO?
-INSUFFICIENTE VALORIZZAZIONE E VISIBILITA' DA PARTE DEGLI ENTI TERRITORIALI?

POCA CONOSCENZA DEI VANTAGGI OTTENIBILI (SCARSA ALFABETIZZAZIONE INTERNA?)

TROPPA BUROCRAZIA

…ALTRO??????.....

GLI OBIETTIVI DELLA MATTINATA

CONDIVIDERE LE CONOSCENZE.....

VERIFICARE I PUNTI DI CONVERGENZA.....

PROVARE A CAPIRE DOVE SONO LE CRITICITA' PER RAGGIUNGERE I RISULTATI AUSPICATI

SI POSSONO PENSARE INSIEME DELLE SOLUZIONI REALISTICHE PER SUPERARE QUESTE CRITICITA'?

SE CONDIVIDETE L'OBIETTIVO….
COME FARE QUESTO PERCORSO INSIEME?