



V **GLOSSARIO & TERMINI PER UNO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE**

a cura di Erica Mingotto e Adriana Miotto

INDICE

1	PREMESSA	4
2	DEFINIZIONI GENERALI	5
3	DEFINIZIONI SULLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE	12
	3.1 Introduzione: cosa intendiamo per Sviluppo Turistico Sostenibile.....	12
	3.2 I 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile.....	13
	3.3 Codice Mondiale di Etica del Turismo.....	32
4	TERMINI COLLEGATI ALLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE	34
5	TERMINI COLLEGATI ALLE CERTIFICAZIONI E SISTEMI DI INDICATORI PER LA SOSTENIBILITÀ PER LE DESTINAZIONI E PER LE IMPRESE.....	49
6	BIBLIOGRAFIA	52

◀1 PREMESSA

Il presente glossario è rivolto a tutti gli attori della filiera turistica: istituzioni e organizzazioni di gestione della destinazione, imprenditori e manager turistici, professionisti e altri soggetti coinvolti a vario titolo nell'organizzazione, commercializzazione e promozione dell'offerta turistica.

Il glossario vuole fornire un riferimento comune sui principali concetti riferiti allo Sviluppo Turistico Sostenibile, a partire dalle definizioni ormai accettate e condivise a livello internazionale dalle principali istituzioni (Organizzazione Mondiale del Turismo, Unione Europea, European Travel Commission, ecc.).

Si compone di due parti: la prima propone alcune delle definizioni più generali in materia turistica, mentre la seconda si focalizza sui termini legati allo Sviluppo Turistico Sostenibile, facendo riferimento ai 17 Sustainability Goals dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e ai sistemi di reporting e certificazione della sostenibilità per le destinazioni e le imprese turistiche.



4

DEFINIZIONI GENERALI

- A Arrivi:** numero di visitatori che raggiungono una determinata destinazione, indipendentemente dal tempo che vi rimarranno.
- C Comunità locale:** con riferimento al turismo, la comunità locale rappresenta quell'insieme di persone o gruppi di persone che vivono e/o lavorano nell'area in cui avvengono le attività turistiche e che sono da queste impattate (positivamente o negativamente) dal punto di vista sociale, economico e ambientale.
- C Catena del valore del turismo:** è la sequenza di fasi realizzate da diverse imprese, organizzazioni, soggetti che risultano fondamentali a livello strategico per il rendimento del settore turistico e l'organizzazione dell'offerta turistica. La formulazione di policy, la pianificazione integrata, lo sviluppo di prodotti, la promozione, la distribuzione, la vendita e le operazioni e servizi collegati alle destinazioni, costituiscono le principali attività della catena del valore del turismo. Tali processi sono posti in essere da una molteplicità di attori e imprese che pur indipendenti tra loro erogano una serie di beni e servizi idonei a soddisfare la domanda di mercato e percepiti in modo unitario dal turista.
- D Destinazione turistica:** una destinazione o meta turistica è uno spazio geografico che comprende prodotti turistici integrati, quali ad esempio servizi, attrazioni e risorse turistiche che divengono motivazione di visita per il viaggiatore. È il risultato dell'attività di produzione ed erogazione della catena del valore del turismo, o, in altre parole, è l'insieme di attività e fattori di attrattiva in grado di proporre un sistema di offerta turistica integrato e proposto in modo coordinato attraverso un unico brand. Ha confini fisici, che non necessariamente coincidono con quelli amministrativi, che definiscono la sua gestione, mentre immagini e percezioni possono definire la sua competitività sul mercato.
- D Destination Management Organization (DMO)/Organizzazione di gestione della destinazione (OGD):** la Destination Management Organization (DMO) è l'organizzazione responsabile per il management ed il marketing della destinazione, il cui compito è quello di promuovere e organizzare l'insieme di elementi di un territorio che

5



convergono nel dar corpo ad un'offerta turistica, in modo che essa aumenti le sue performance e la sua capacità di competere. La tipologia di DMO e la possibilità stessa di istituirla sono condizionati dal contesto culturale, politico, economico e soprattutto normativo. Esistono DMO nazionali per il turismo, responsabili per la gestione e la promozione del turismo a livello nazionale; DMO di livello regionale o provinciale; DMO locali, responsabili per la gestione e il marketing del turismo con competenze su un'area geografica o una città predefinita.

D Destination Management: è la disciplina che si occupa delle decisioni strategiche, organizzative e operative attraverso le quali viene gestito il processo di definizione, promozione e commercializzazione dei prodotti turistici espressi da un territorio, al fine di generare flussi turistici di incoming equilibrati, sostenibili ed adeguati alle esigenze economiche degli attori coinvolti. È un tipo di gestione strategica che si traduce nell'insieme delle attività necessarie a creare una visione condivisa di territorio attraverso il superamento delle logiche competitive interne e a creare network relazionali tra i molti portatori di interesse della catena del valore, evitando così la duplicazione degli sforzi e più in generale migliorare la gestione coordinata di tutti gli elementi che costituiscono una destinazione.

D Destination Marketing: il destination marketing si occupa di tutte le attività e dei processi per mettere in contatto compratori e venditori, focalizzandosi nel rispondere alle domande dei consumatori in modo da ottenere un posizionamento competitivo. Il destination marketing è l'insieme di attività continue e coordinate che si associano ad una efficiente distribuzione dei prodotti nei mercati ad alto potenziale di crescita. Il destination marketing comprende decisioni ed azioni relative ai prodotti, bisogni, prezzi, segmentazione dei mercati, promozione e distribuzione.

E Ecoturismo: l'ecoturismo è un tipo di attività turistica nella quale la motivazione principale del turista è osservare, conoscere, scoprire, sperimentare e apprezzare la diversità biologica e culturale di una destinazione attraverso un comportamento e una fruizione responsabile.

F Fornitori locali: con riferimento al turismo, imprese, organizzazioni o persone che forniscono beni e servizi ad un'impresa turistica e che sono ubicati nello stesso luogo in cui l'impresa turistica esercita la sua attività. A seconda della situazione il termine "locale" può riferirsi ad un'area ristretta, una regione o un intero paese.

P Presenze: sono il numero di notti trascorse dal turista nel luogo di destinazione.

P Permanenza media: valore medio delle notti trascorse dai turisti in una destinazione in un dato periodo (presenze/arrivi).

S Spesa turistica: ovvero la sommatoria delle spese effettuate dai visitatori per l'acquisto di beni e servizi in preparazione o durante il proprio viaggio o il proprio soggiorno. Rientrano in questa definizione quindi le spese di viaggio, trasporto, soggiorno in una struttura ricettiva, ristorazione, ma anche le spese per servizi accessori (es. attività sportive, visite a musei e monumenti, ecc.). Sono invece escluse da questo computo le spese pur effettuate per fini turistici ma per beni di consumo durevoli che possono avere un'utilizzazione ripetuta nell'arco di molti anni e denominate anche (seppur impropriamente) investimenti dei turisti; rientrano in questa seconda categoria, ad esempio, le case per vacanze (o seconde case), le imbarcazioni da diporto, i camper, ecc.

S Stakeholder: soggetti (singoli individui, organizzazioni, imprese, ecc.) che sono direttamente o indirettamente coinvolti in un progetto o nell'attività di un'organizzazione e che sono significativamente influenzati dalle attività di questa e/o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità dell'organizzazione di attuare con successo le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi. Gli stakeholders includono coloro che hanno investito nell'organizzazione (come dipendenti e azionisti), nonché coloro che hanno altre relazioni con l'organizzazione (come altri lavoratori che non sono dipendenti, fornitori, gruppi vulnerabili, comunità locali e ONG o altre organizzazioni della società civile, tra le altre).

T Turismo: L'insieme delle attività delle persone che effettuano uno

spostamento o soggiornano al di fuori dell'abituale ambiente per almeno 24 ore e comunque per un periodo non superiore ad un anno. I tre fattori fondamentali che portano alla definizione di turismo sono: lo spazio, ovvero lo spostamento al di fuori del luogo abituale di residenza; il tempo, la permanenza nel luogo specifico visitato deve essere inferiore ad un anno e superiore a 24 ore; la motivazione, il motivo principale dello spostamento deve essere diverso dal trasferimento di residenza e dall'esercizio di un'attività lavorativa retribuita a carico dei fattori residenti nel luogo visitato. È possibile individuare diverse forme di turismo, utili anche a fini statistici e analitici:

- **Turismo Domestico:** rappresenta i flussi originati dai movimenti dei residenti di un determinato Paese all'interno dello stesso.
- **Turismo incoming** (o turismo dall'estero): rappresenta il turismo di provenienza straniera in un determinato Paese.
- **Turismo Internazionale:** è dato dalla combinazione del turismo incoming e del turismo outgoing.
- **Turismo Interno:** è dato dalla combinazione del turismo domestico e del turismo incoming.
- **Turismo Nazionale:** è dato dalla combinazione del turismo domestico e del turismo outgoing.
- **Turismo Outgoing** (verso l'estero): l'espressione "turismo outgoing" rappresenta il turismo originato in un determinato Paese con destinazione all'estero.

T Turista: è chiunque viaggi verso luoghi diversi da quello in cui ha la residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte ma non superiore ad un anno e il cui scopo sia diverso dall'esercizio di un'attività remunerata nel luogo dove si reca.

T Turismo accessibile: il turismo accessibile è l'insieme di strutture, servizi e prodotti offerti dalla destinazione per garantire a tutte le tipologie di viaggiatori la fruizione della vacanza in condizioni di autonomia, sicurezza e comfort.

T Turismo d'affari: Il turismo d'affari è una tipologia di attività turistica nella quale i visitatori viaggiano per un motivo specifico professiona-

le e/o d'affari in un luogo situato al di fuori del loro luogo di lavoro e residenza con l'obiettivo di partecipare ad una riunione, un'attività o un evento. I componenti chiave del turismo d'affari sono le riunioni, i viaggi incentive, i congressi e le fiere. Il termine "meetings industry" nel contesto del turismo d'affari, riconosce la natura industriale di queste attività. Il turismo d'affari può combinarsi con qualsiasi altra tipologia di turismo durante lo stesso viaggio.

T Turismo d'avventura: il turismo d'avventura tende ad associarsi ad un'esperienza che può comportare qualche tipo di rischio reale o percepito e può richiedere uno sforzo fisico e/o mentale significativo. Il turismo d'avventura include principalmente attività all'aria aperta come l'alpinismo, il trekking, il bungee jumping, l'arrampicata, il rafting, la canoa, la navigazione in kayak, la mountain bike, le escursioni o le immersioni. Vi sono alcune attività di turismo d'avventura che si possono praticare anche in spazi chiusi.

T Turismo del benessere: il turismo del benessere è una tipologia di attività turistica che aspira a migliorare ed equilibrare gli ambiti principali della vita umana, tra i quali quello fisico, mentale, emozionale, occupazionale, intellettuale e spirituale. La motivazione primaria del turista del benessere è partecipare ad attività preventive, pro-attive e di migliorare lo stile di vita, con la ginnastica, l'alimentazione sana, il rilassamento, l'attenzione personale e i trattamenti curativi.

T Turismo costiero, marittimo e di acque interne: il turismo costiero si riferisce ad attività turistiche che hanno base nella terraferma, come il nuoto, il surf, prendere il sole e altre attività balneari di tempo libero, svago e sport che hanno luogo sulla riva di un mare, lago o fiume. La prossimità alla costa è inoltre una condizione per i servizi ed installazioni che danno appoggio al turismo costiero.

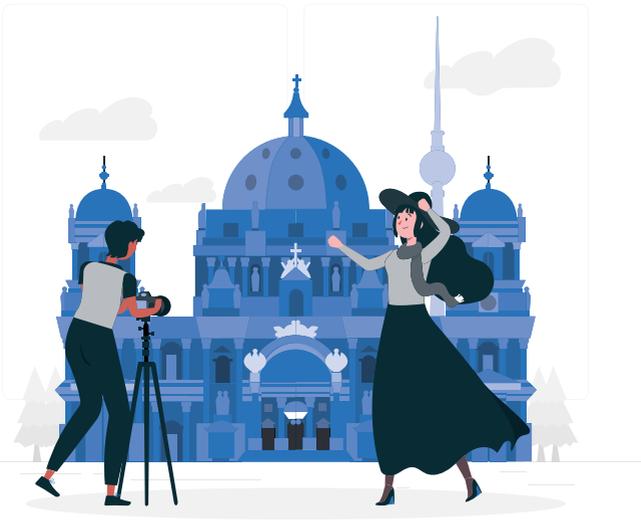
Il turismo marittimo si riferisce ad attività che hanno base nel mare, come le crociere, la navigazione in yacht o barca e gli sport nautici, include inoltre i rispettivi servizi e infrastrutture nella terraferma. Il turismo di acque interne si riferisce ad attività turistiche come le crociere, la navigazione in yacht o barca e gli sport nautici che si svolgono in ambienti con influenza dell'acqua, situati dentro ai confini terrestri, i quali includono laghi, fiumi, pozzi, ruscelli, acque sotter-

ranee, sorgenti, fiumi sotterranei e altri ambienti tradizionalmente raggruppati come acque interne.

- T Turismo culturale:** il turismo culturale è un tipo di attività turistica nella quale la motivazione principale del turista è apprendere, scoprire, sperimentare e consumare le attrazioni e prodotti culturali, materiali e immateriali, di una destinazione turistica. Queste attrazioni e prodotti si riferiscono ad un insieme di elementi materiali, intellettuali, spirituali ed immateriali legati al mondo dell'arte, dell'architettura, del patrimonio storico, culturale ed enogastronomico, della letteratura, della musica, delle industrie creative e delle culture viventi con le loro forme di vita, sistemi di valori, credenze e tradizioni distintive di una società.
- T Turismo enogastronomico:** il turismo enogastronomico è una tipologia di attività turistica riferita all'esplorazione delle realtà gastronomiche cioè lo studio, la comprensione e la sperimentazione della cultura del cibo e del vino di un particolare territorio. Oltre che di esperienze enogastronomiche autentiche, tradizionali e/o innovative, come l'acquisto o la degustazione di prodotti locali, il turismo enogastronomico può comportare anche altre attività affini come la visita a produttori locali - quali aziende vitivinicole, birrifici, frantoi, caseifici, pastifici - e/o la partecipazione a festival enogastronomici e a lezioni di cucina.
- T Turismo medico:** il turismo medico è una tipologia di attività turistica che implica l'utilizzo di risorse e servizi di cura medica (invasivi e non) con base scientifica. Può includere la diagnosi, il trattamento, la cura, la prevenzione e la riabilitazione.
- T Turismo montano:** il turismo montano è una tipologia di attività turistica che ha luogo in uno spazio geografico definito e delimitato come le colline o le montagne, con peculiarità proprie di questi paesaggi come la tipografia, il clima, la biodiversità (flora e fauna) e la comunità locale. Include un ampio spettro di attività per il tempo libero e per lo sport all'aria aperta.
- T Turismo responsabile:** il turismo responsabile è il turismo attuato

secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello Sviluppo Turistico Sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori.

- T Turismo rurale:** il turismo rurale è un tipo di attività turistica nella quale l'esperienza del turista è relazionata ad un ampio spettro di prodotti ed attività connesse al paesaggio e alla cultura rurale, all'agricoltura, alla pesca e alla visita a luoghi d'interesse in ambito rurale.
- T Turismo urbano o di città:** il turismo urbano o di città è una tipologia di attività turistica che ha luogo in uno spazio urbano. Le destinazioni urbane offrono un ampio spettro eterogeneo di esperienze e di prodotti culturali, architettonici, tecnologici, sociali e naturali per il tempo libero e gli affari.
- T Turismo della salute:** il turismo della salute copre quei tipi di turismo che hanno come motivazione primaria la contribuzione alla salute fisica, mentale e/o spirituale grazie ad attività mediche e di benessere che incrementano la capacità degli individui di soddisfare le loro necessità e funzionare meglio come individui nel loro ambiente e/o società. Il termine turismo della salute, comprende il turismo del benessere e il turismo medico.
- T Turismo scolastico:** il turismo scolastico copre quelle tipologie di turismo che hanno come motivazione primaria la partecipazione e l'esperienza del turista in attività di apprendimento, miglioramento personale, crescita intellettuale e acquisizione di abilità. Il turismo educativo rappresenta un ampio spettro di prodotti ed attività quali le vacanze per migliorare le proprie abilità e capacità in un determinato settore, i viaggi scolastici, gli allenamenti sportivi, i corsi di lingua.
- T Turismo sportivo:** il turismo sportivo è una tipologia di attività turistica che vede il turista quale spettatore, o partecipante attivo, ad un evento sportivo.



DEFINIZIONI SULLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE

3.1 Introduzione: cosa intendiamo per Sviluppo Turistico Sostenibile

“Lo Sviluppo Sostenibile del Turismo va incontro ai bisogni dei turisti e delle aree ospitanti attuali e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. Esso deve essere il principio guida per una gestione delle risorse tale che i bisogni economici, sociali ed estetici possano essere soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita” (UNWTO).

TRE ASPETTI IMPRESCINDIBILI DELLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE:

1. Fare un uso corretto delle risorse ambientali per proteggere i processi ecologici, il patrimonio naturale e la biodiversità;
2. Rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, conservare le loro tradizioni e contribuire alla comprensione e tolleranza interculturale;
3. Assicurare strategie economiche di lungo termine al fine di fornire benefici socioeconomici a tutte le parti interessate che siano distribuiti equamente compresi una stabile occupazione e servizi sociali per le comunità ospitanti.

QUINDI I PRINCIPI DELLA SOSTENIBILITÀ...

Sono applicabili:

- a tutte le forme di turismo
- a tutte le tipologie di destinazione

Riguardano gli aspetti:

- Ambientali
- Economici
- Socio-culturali

Richiedono:

- la collaborazione di tutti gli stakeholder
- una leadership politica forte che assicuri un'ampia partecipazione e la creazione di consenso
- un monitoraggio costante degli impatti
- l'introduzione di misure preventive e/o correttive in caso di necessità

Devono:

- mantenere un alto livello di soddisfazione dei turisti
- assicurare loro un'esperienza di valore
- aumentare la loro consapevolezza riguardo agli aspetti della sostenibilità
- diffondere le pratiche di turismo sostenibile

3.2 I 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile

Adottati da tutti gli Stati Membri dell'ONU nel 2015 all'interno dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile comprendono appunto 17 Obiettivi e 169 traguardi o «target» e consistono in un invito universale all'azione al fine di eliminare la povertà, proteggere il pianeta e migliorare la qualità e le prospettive di vita di tutti in ogni parte nel mondo.

Il turismo può contribuire, direttamente o indirettamente, al raggiungimento di tutti questi Obiettivi. Inoltre, il turismo sostenibile è saldamente integrato nell'Agenda 2030.



1 Sconfiggere la povertà

La povertà va ben oltre la sola mancanza di guadagno e di risorse per assicurarsi da vivere in maniera sostenibile. Tra le sue manifestazioni c'è:

- la fame e la malnutrizione
- l'accesso limitato all'istruzione e agli altri servizi di base
- la discriminazione e l'esclusione sociale
- la mancanza di partecipazione nei processi decisionali.

La crescita economica deve essere inclusiva, allo scopo di creare posti di lavoro sostenibili e di promuovere l'uguaglianza.

IL TURISMO è uno dei settori economici più estesi e in rapida crescita a livello globale, per questo può svolgere un ruolo chiave per:

- a. favorire la crescita economica e lo sviluppo a tutti i livelli
- b. generare guadagno attraverso la creazione di posti di lavoro
- c. promuovere l'imprenditorialità
- d. emancipare i gruppi più svantaggiati.



2 Sconfiggere la fame

Tra i traguardi da raggiungere si distinguono:

- Porre fine alla fame
- Raggiungere la sicurezza alimentare
- Migliorare la nutrizione
- Promuovere un'agricoltura sostenibile

Tra gli effetti e i circoli viziosi: fame e malnutrizione creano individui poco produttivi e più propensi alla malattia, quindi spesso incapaci di guadagnare di più e di migliorare il loro stile di vita.

IL TURISMO può favorire l'adozione di una agricoltura sostenibile promuovendo la fornitura agli hotel e la vendita di prodotti locali ai turisti. Il turismo rurale può generare ulteriori entrate e aumentare il valore dell'esperienza turistica.



3 Salute e benessere

Presupposti fondamentali per raggiungere lo Sviluppo Sostenibile:

- Garantire una vita sana (per tutti a tutte le età)
- Promuovere il benessere (per tutti a tutte le età)

Sono stati fatti progressi importanti (es. accesso all'acqua pulita e all'igiene ed eliminazione di molte malattie) che hanno permesso l'aumento dell'aspettativa di vita e la riduzione di alcune delle cause di morte più comuni legate alla mortalità infantile e materna.

Sono ancora necessari molti sforzi per sradicare completamente un'ampia varietà di malattie e affrontare numerose questioni relative alla salute, siano esse recenti o persistenti nel tempo

Le entrate fiscali generate dal **TURISMO** possono essere reinvestite nell'assistenza sanitaria e nei servizi, migliorando la salute materna, riducendo la mortalità infantile e prevenendo malattie.



4 Istruzione di qualità

Un'istruzione di qualità è la base per migliorare la vita delle persone. Negli ultimi decenni si è registrato un incremento dell'accesso all'istruzione a tutti i livelli, migliorando così il livello di alfabetizzazione.

Ma per poter raggiungere ulteriori risultati, come l'istruzione universale, è necessario raddoppiare gli sforzi.

Cause di una scarsa istruzione:

- Mancanza di insegnanti adeguatamente qualificati
- Brutte condizioni delle scuole
- Mancanza di opportunità per bambini che vivono in zone rurali.

IL TURISMO ha il potenziale per promuovere l'inclusione e una forza lavoro qualificata - che è fondamentale per lo sviluppo del settore. Inoltre, fornisce opportunità per lavori diretti e indiretti rivolti ai giovani, donne e persone con necessità particolari, che dovrebbero trarre beneficio dai mezzi educativi.



5 Parità di genere

La parità di genere è un diritto umano fondamentale e una condizione necessaria per un mondo prospero, sostenibile e in pace. Comprende:

- Pari accesso all'istruzione
- Pari accesso alle cure mediche
- Diritto a un lavoro dignitoso
- Rappresentanza nei processi decisionali, politici ed economici.

Si stanno facendo passi in avanti per cercare di contrastare episodi come il matrimonio infantile e le MGF (mutilazioni genitali femminili) che negli ultimi 10 anni sono diminuite del 30%.

ATTUALMENTE sono ancora **49** i paesi in cui mancano leggi di difesa delle donne che subiscono violenza domestica.

IL TURISMO può contribuire all'emancipazione femminile, in particolare attraverso la creazione di posti di lavoro e di entrate generate dalle imprese connesse al settore del turismo e dell'ospitalità. Inoltre, può essere uno strumento che permette alle donne di essere totalmente occupate e autonome in ogni ambito della società.



6 Acqua pulita e servizi igienico-sanitari

Disporre di acqua accessibile e pulita è un aspetto essenziale per la vita di ognuno di noi.

Il nostro pianeta possiede sufficiente acqua potabile, ma a causa di infrastrutture scadenti o di una cattiva gestione economica, ogni anno milioni di persone muoiono per malattie dovute a:

- Scarso approvvigionamento d'acqua
- Servizi sanitari inadeguati
- Bassi livelli d'igiene.

È probabile che entro il 2050 almeno una persona su quattro venga colpita da carenza duratura o ricorrente di acqua potabile.

Un uso efficiente e responsabile dell'acqua nel **TURISMO**, il controllo dell'inquinamento e l'efficienza tecnologica possono essere fondamentali per la salvaguardia della risorsa più preziosa del pianeta.



7 Energia pulita e accessibile

L'energia è un elemento centrale per gran parte delle attività che ogni giorno si svolgono nel mondo.

Al fine di creare comunità più sostenibili, inclusive e attente alle questioni ambientali come i cambiamenti climatici, è fondamentale concentrarsi su:

- accesso universale all'energia
- miglioramento dell'efficienza energetica
- aumento dell'uso delle energie rinnovabili.

Occorre lavorare maggiormente su quadri normativi e modelli di business innovativi per trasformare i sistemi energetici del mondo.

IL TURISMO in quanto settore ad alto consumo energetico, può accelerare il passaggio verso un maggiore utilizzo di energia rinnovabile nel mix energetico globale. Promuovendo investimenti in fonti energetiche pulite, il turismo può aiutare a ridurre i gas serra, mitigare i cambiamenti climatici e contribuire all'accesso all'energia per tutti.



8 Lavoro dignitoso e crescita economica

Al giorno d'oggi la metà della popolazione mondiale vive ancora con l'equivalente di circa due dollari al giorno e i tassi di disoccupazione globali hanno raggiunto quota 5,7%.

Risulta necessario ripensare e riorganizzare le politiche economiche e sociali volte ad eliminare la povertà e le disparità di stipendio.

Una crescita economica e sostenibile richiederà alle società di creare le condizioni che consentano alle persone di avere **posti di lavoro di qualità** e che stimolino le economie **senza danneggiare l'ambiente**.

IL TURISMO inteso come scambio di servizi, è una delle quattro maggiori fonti di guadagno generato dalle esportazioni. Attualmente genera un lavoro su dieci a livello globale. Opportunità di ottenere un lavoro dignitoso nel settore turistico, in particolare per giovani e donne e politiche che favoriscono un'eterogeneità migliore attraverso le catene del valore del turismo, possono aumentare gli impatti socio-economici positivi nelle economie locali.



9 Imprese, innovazione e infrastrutture

Gli investimenti nelle infrastrutture (trasporti, irrigazione, energia, tecnologie dell'informazione e della comunicazione) sono strettamente collegati alla crescita:

- della produttività
- dei redditi
- dei risultati nella sanità e nell'istruzione.

QUINDI sono un presupposto fondamentale per avviare processi di Sviluppo Sostenibile e rafforzare le capacità delle comunità di molti paesi.

Lo sviluppo **TURISTICO** è basato sulla presenza di buone infrastrutture pubbliche e private. Il settore può influenzare le politiche pubbliche per lo sviluppo e ammodernamento delle infrastrutture, rendendole più sostenibili, innovative ed efficienti, sostenendo una crescita a basse emissioni di carbonio e attraendo così turisti e altre fonti di investimento estero.



10 Ridurre le disuguaglianze

A livello internazionale l'ineguaglianza persiste e rimangono grandi disparità di accesso alla sanità, all'educazione e ad altri servizi.

Per poter ridurre la povertà, la crescita economica deve essere inclusiva e coinvolgere le tre dimensioni dello Sviluppo Sostenibile:

- Economia
- Società
- Ambiente

Per ridurre la disparità, le politiche dovrebbero essere universali e prestare attenzione ai bisogni delle popolazioni svantaggiate ed emarginate.

IL TURISMO può essere un potente strumento per ridurre le disuguaglianze se coinvolge le popolazioni locali e tutte le principali parti interessate al suo sviluppo. Può inoltre contribuire al rinnovamento urbano e allo sviluppo rurale dando alle persone l'opportunità di arricchirsi nel loro luogo di origine.



11 Città e comunità sostenibili

Le città sono centri di sviluppo sociale, culturale, commerciale, produttivo, di nuove idee e hanno permesso a molti di migliorare la propria condizione sociale ed economica.

TUTTAVIA persistono **molte sfide** per mantenere i centri urbani dei luoghi di lavoro e prosperità, senza mettere a dura prova il territorio e le risorse.

LE SFIDE INCLUDONO:

- Traffico
- Mancanza di fondi per fornire i servizi di base
- Scarsità di alloggi adeguati
- Degrado delle infrastrutture
- Inquinamento atmosferico.

In futuro ci immaginiamo città che offrano opportunità per tutti, con accesso ai servizi di base, all'energia, all'alloggio, ai trasporti e altro ancora.

IL TURISMO può migliorare le infrastrutture e l'accessibilità delle città, promuoverne la rivitalizzazione e preservare il patrimonio culturale e naturale. Investimenti in infrastrutture ecologiche (trasporti più efficienti, riduzione dell'inquinamento atmosferico) permettono la creazione di città più efficienti ed ecologiche, sia per i residenti sia per i turisti.



12 Consumo e produzione responsabili

Il consumo e la produzione sostenibili riguardano:

- la promozione dell'efficienza energetica e delle risorse
- le infrastrutture sostenibili
- l'accesso ai servizi di base
- posti di lavoro rispettosi dell'ambiente
- una migliore qualità di vita per tutti.

Il consumo e la produzione sostenibile puntano a **“fare di più e meglio con meno”**, cercando di aumentare i benefici derivanti dalle attività economiche attraverso la riduzione dell'impiego di risorse, del degrado e dell'inquinamento nell'intero ciclo produttivo, migliorando così la qualità della vita.

COOPERAZIONE ED EDUCAZIONE: Ciò coinvolge molti e diversi stakeholder, è quindi necessario un **approccio sistematico e cooperativo** tra i soggetti, dal produttore fino al consumatore. Ciò include l'**educazione** dei consumatori su consumi e stili di vita, offrendo loro adeguate informazioni sugli standard da rispettare.

Il settore **TURISTICO** deve adottare modalità di consumo e produzione sostenibili, accelerando il passaggio alla sostenibilità. Strumenti di monitoraggio degli impatti dello Sviluppo Sostenibile del turismo porteranno a risultati economici, sociali e ambientali migliori.



13 Lotta contro il cambiamento climatico

In tutto il mondo, le condizioni meteorologiche stanno cambiando e diventando sempre più estreme, i livelli del mare stanno aumentando e le emissioni di gas serra sono ora ai massimi livelli della storia.

Attualmente esistono soluzioni accessibili e flessibili per permettere ai paesi di diventare economie più pulite e resistenti.

Il cambiamento climatico è una sfida globale che **richiede soluzioni coordinate a livello internazionale** e cooperazione al fine di aiutare i Paesi in via di sviluppo a muoversi verso un'economia a bassa emissione di carbonio.

Per far fronte ai cambiamenti climatici, alla conferenza sul clima di Parigi (COP21) del dicembre 2015, 195 paesi hanno adottato il primo accordo universale e giuridicamente vincolante sul clima mondiale, l'**Accordo di Parigi**, il quale intende limitare il riscaldamento globale ben al di sotto dei 2°C.

IL TURISMO è influenzato dai cambiamenti climatici, ai quali contribuisce. Gli stakeholder del turismo dovrebbero svolgere un ruolo guida nella risposta globale ai cambiamenti climatici. Riducendo la sua impronta ecologica nel settore dei trasporti e degli alloggi, il turismo potrebbe aiutare ad affrontare una delle sfide più imminenti dei nostri tempi.



14 La vita sott'acqua

Gli oceani del mondo **influenzano i sistemi naturali globali** che rendono la Terra un luogo vivibile per il genere umano.

Gli elementi forniti e regolati dal mare sono:

- Acqua piovana
- Acqua potabile
- Meteo
- Clima
- Coste
- Molto del nostro cibo
- Ossigeno presente nell'aria.

Gli oceani e i mari, inoltre, sono stati e continuano ad essere condotti essenziali per il **commercio** ed il **trasporto**.

TUTTAVIA: è presente un continuo deterioramento delle acque costiere a causa dell'**inquinamento** e dall'**acidificazione** degli oceani che sta avendo un effetto avverso sul funzionamento degli ecosistemi e della biodiversità.

Un'attenta gestione di questa risorsa globale è alla base di un futuro sostenibile.

IL TURISMO balneare e marittimo si basa su ecosistemi marini sani. Lo sviluppo del turismo deve essere parte della gestione integrata delle zone costiere al fine di aiutare a preservare ecosistemi marini fragili e fungere da veicolo per promuovere la blue economy, contribuendo all'utilizzo sostenibile delle risorse marine.



15 La vita sulla terra

Le foreste coprono il 30% della superficie terrestre e sono essenziali per:

- offrire cibo sicuro e riparo
- contrastare i cambiamenti climatici
- proteggere la biodiversità e le dimore delle popolazioni indigene.

La **deforestazione** e la **desertificazione**, causate dalle attività dell'uomo e dai cambiamenti climatici, pongono sfide considerevoli in termini di Sviluppo Sostenibile, e hanno condizionato le vite e i mezzi di sostentamento di milioni di persone che lottano contro la povertà. Si stanno compiendo molti sforzi per gestire le foreste e combattere la desertificazione.

La ricca biodiversità e il patrimonio naturale sono spesso i motivi principali per cui i **TURISTI** visitano una determinata destinazione. Il turismo può svolgere un ruolo importante se gestito in modo sostenibile, soprattutto in zone "fragili", non solo per proteggere e preservare la biodiversità, ma anche per generare entrate che diventino un sostentamento alternativo per le comunità locali.



16 Pace, giustizia e istituzioni solide

Per promuovere società pacifiche e inclusive per lo Sviluppo Sostenibile, in cui si propone il rafforzamento di istituzioni responsabili ed efficaci a tutti i livelli e l'accesso universale alla giustizia, è importante affrontare questioni come:

- Minacce di omicidio internazionale
- Violenza contro i minori
- Tratta di esseri umani
- Violenza sessuale.

Per affrontare queste sfide e costruire società più pacifiche e inclusive, devono essere istituite **normative** più efficienti e trasparenti e **bilanci pubblici** completi e realistici.

IL TURISMO ruota attorno a miliardi di incontri tra persone di diversa estrazione culturale. Il settore può quindi favorire la tolleranza e la comprensione multiculturale e interreligiosa, gettando le basi per società più pacifiche. Il turismo, che interessa e beneficia le comunità locali, può anche consolidare la pace in società post-conflittuali.



17 Partnership per gli obiettivi

Per avere successo, un'agenda di Sviluppo Sostenibile richiede partenariati tra:

- Governi
- Settore privato
- Società civile

Si tratta di collaborazioni inclusive, costruite su una visione comune e su obiettivi condivisi, che mettano al centro le persone e il pianeta.

Sono necessarie a livello:

- Globale
- Nazionale
- Regionale
- Locale

IL TURISMO per la sua natura intersettoriale, ha la capacità di rafforzare i partenariati privato/pubblico e coinvolgere più parti interessate (internazionali, nazionali, regionali e locali) a lavorare insieme per raggiungere gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e altri obiettivi comuni.

L'UNWTO, supportata da una vasta gamma di donatori e in collaborazione con altre organizzazioni internazionali, società civili e settore privato, fornisce assistenza tecnica in paesi di tutto il mondo da oltre 40 anni. La tabella di marcia del turismo dell'UNWTO 2030 per la crescita inclusiva offre una nuova opportunità per i partenariati per lo sviluppo. Le proposte vogliono costruire un settore turistico più resiliente, sostenibile e innovativo che generi posti di lavoro e promozione di una crescita inclusiva e a basse emissioni di carbonio.



3.3 Codice Mondiale di Etica del Turismo

Adottato nel 1999 dall'Assemblea Generale dell'OMT, sono una serie di principi volti a guidare i principali attori nello sviluppo di un turismo responsabile e sostenibile a livello mondiale. Si rivolge ai governi, al settore turistico, alle comunità e ai turisti.



ARTICOLO 1

Il contributo del turismo alla comprensione e al rispetto reciproco tra i popoli e le società.



ARTICOLO 2

Il turismo quale mezzo di soddisfazione individuale e collettiva.



ARTICOLO 3

Il turismo quale fattore di Sviluppo Sostenibile.



ARTICOLO 4

Il turismo quale mezzo per utilizzare il patrimonio culturale dell'umanità e per contribuire al suo arricchimento.



ARTICOLO 5

Il turismo quale attività vantaggiosa per i paesi e le comunità di accoglienza.



ARTICOLO 6

Obblighi degli operatori dello sviluppo turistico.



ARTICOLO 7

Diritto al turismo.



ARTICOLO 8

Libertà di spostamenti turistici.



ARTICOLO 9

Diritti dei lavoratori e degli imprenditori dell'industria turistica.



ARTICOLO 10

Applicazione dei principi del Codice Mondiale di Etica del Turismo.



TERMINI COLLEGATI ALLO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE

- A Acqua riciclata:** acque reflue e/o piovane che, una volta trattate e depurate, vengono utilizzate nell'irrigazione o reimmesse nel sistema degli acquedotti.
- A Agricoltura biologica:** tipo di agricoltura che promuove la biodiversità delle specie domestiche (sia animali sia vegetali), i cicli biologici e l'attività biologica del suolo, essendo rispettosa dell'ambiente. Si basa sulla naturale fertilità del suolo favorendola con interventi limitati. Non prevede quindi l'utilizzo di sostanze chimiche sintetiche, organismi geneticamente modificati, regolatori della crescita e additivi per mangimi. Viene messo in rilievo l'approccio olistico alla gestione agricola, in cui rotazioni e animali sono parte integrante del sistema. I metodi di agricoltura biologica sono regolati a livello internazionali e legalmente riconosciuti e normati da molti Paesi.
- A Azioni di adattamento al cambiamento climatico:** azioni o aggiustamenti intrapresi in risposta al cambiamento climatico attuale o atteso in futuro.

L'obiettivo delle azioni di adattamento consiste nel ridurre la vulnerabilità della nostra società e nello specifico caso, del turismo, agli effetti dannosi dei cambiamenti climatici (come l'innalzamento del livello del mare, alluvioni, incendi, eventi meteorologici estremi più intensi, ecc.). Le azioni di adattamento comprendono altresì tutte quelle misure finalizzate a sfruttare al meglio tutte le potenziali opportunità associate al cambiamento climatico (ad esempio le migliori condizioni meteorologiche per il turismo in alcune destinazioni).

Il processo di adattamento ai cambiamenti climatici può essere attuato efficacemente solo attraverso un quadro di politiche integrate, la cooperazione e il coordinamento tra istituzioni pubbliche, aziende private, residenti e turisti.

Alcuni esempi di misure di adattamento da implementare nel turismo da parte delle imprese turistiche e/o delle istituzioni pubbliche, in particolare nelle destinazioni costiere e insulari, sono:

- protezione delle coste per prevenire l'erosione (rimboschimento (es. delle mangrovie), protezione della barriera corallina, ecc.);
- diversificazione delle colture;
- riduzione della pressione turistica sulla barriera corallina;
- implementazione di tecniche per la conservazione e il risparmio

della risorsa acqua, come sistemi di raccolta dell'acqua piovana, uso di dispositivi per il risparmio idrico (ad esempio nei bagni), per il recupero e riutilizzo delle acque reflue, ecc.;

- drenaggio e gestione dei bacini idrici per ridurre il rischio di alluvione e erosione;
- riduzione di cause esterne di stress sull'ambiente come inquinamento, rifiuti agricoli, ecc.
- diversificazione dell'offerta turistica attraverso lo sviluppo di prodotti turistici meno dipendenti dal clima e meno soggetti alla stagionalità, come il turismo naturalistico, il cicloturismo, ecc., anche attraverso l'integrazione tra l'offerta turistica e le risorse della costa e dell'entroterra.
- potenziamento della diffusione in tempi rapidi agli operatori turistici di informazioni aggiornate sull'evoluzione delle condizioni meteo attraverso la collaborazione con il servizio meteorologico nazionale e regionale.
- ecc.

A Azioni di mitigazione al cambiamento climatico: insieme di azioni finalizzate a ridurre gli effetti dell'attività umana sul surriscaldamento globale, attraverso la riduzione della quantità di emissioni di gas serra rilasciati nell'atmosfera.

L'obiettivo delle azioni di mitigazione consiste nell'evitare o ridurre il più possibile l'interferenza dell'attività umana sul clima e stabilizzare il livello di emissioni in un arco temporale sufficientemente ampio da consentire agli ecosistemi di adattarsi naturalmente al cambiamento climatico, assicurando che non sia compromessa la produzione di cibo e che lo sviluppo economico possa realizzarsi in modo sostenibile. Le azioni di mitigazione hanno a che fare con il risparmio e l'efficientamento energetico, con l'economia circolare, con le fonti di energia rinnovabili, con l'agricoltura biologica, con la compensazione di CO₂ (carbon off setting).

Considerando che le principali emissioni di gas serra prodotte dalle attività turistiche sono generate dai trasporti e dall'industria ricettiva, le azioni di mitigazione nel turismo dovrebbero essere finalizzate a ridurre le emissioni proprio in tali settori, per esempio:

- adottando misure e comportamenti per il risparmio e l'efficientamento energetico nelle imprese turistiche;

- incoraggiando, tra i turisti e gli addetti delle imprese turistiche, l'uso, laddove possibile, del trasporto pubblico e di forme di mobilità dolce (bici, veicoli elettrici e a basse emissioni) al posto di mezzi propri, e, laddove possibile, l'uso di mezzi di trasporto meno inquinanti alternativi all'aereo (ad esempio treni);
- incoraggiando, tra i dipendenti della stessa azienda, il car sharing;
- dal lato soprattutto dell'intermediazione turistica (tour operator, agenzie di viaggio), sviluppando proposte turistiche con una durata del soggiorno più lunga, specialmente per le destinazioni a medio-lungo raggio;
- impiegando fonti di energia rinnovabili;
- sensibilizzando le imprese, i loro addetti e i turisti circa i comportamenti responsabili da tenere;
- implementando sistemi di monitoraggio per misurare l'impatto dell'attività sull'ambiente e in particolare sull'emissione di CO₂;
- implementando il carbon off setting, per compensare la quantità di emissioni di CO₂ prodotte dall'attività che non è stato possibile ridurre.
- ecc.

B Beneficio economico: un qualsiasi beneficio che può essere quantificato in termini monetari, come il fatturato, il profitto, ecc. Può anche essere inteso come il denaro risparmiato quando si parla di politiche per ridurre i costi. Costituisce un elemento importante per valutare il contributo di un'organizzazione turistica allo Sviluppo Sostenibile.

C Cambiamento climatico (o mutamento climatico): secondo la Convenzione Quadro sul Cambiamento Climatico delle Nazioni Unite, si intende il cambiamento del clima che sia attribuibile direttamente o indirettamente ad attività umane, le quali alterano la composizione dell'atmosfera planetaria e che si sommano alla naturale variabilità climatica osservata su intervalli di tempo analoghi.

Il cambiamento climatico è strettamente collegato anche all'attività turistica. Da una parte, il settore turistico contribuisce non poco al cambiamento climatico attraverso l'emissione di CO₂ e di altri gas serra prodotti soprattutto dai trasporti e dalla ricettività (i trasporti generano circa il 75% di emissioni di CO₂ prodotte dal turismo, con il trasporto aereo che rappresenta la principale fonte di emissione

(40%). Dall'altra parte, il turismo è considerato uno dei settori economici più sensibili al clima ed è quindi particolarmente vulnerabile agli impatti diretti e indiretti del cambiamento climatico che può compromettere la sostenibilità e la competitività delle destinazioni. Pensando, ad esempio alle destinazioni costiere e insulari, queste sono sempre più affette da eventi climatici estremi (es. tempeste), aumento del livello del mare, erosione delle coste, danni fisici alle infrastrutture, allagamenti, o al contrario siccità e carenza di acqua, incendi. Il riscaldamento globale potrebbe esasperare i problemi legati alla siccità durante le stagioni più secche che coincidono proprio con l'alta stagione turistica.

Il riscaldamento globale potrebbe inoltre impattare sulla stagionalità, penalizzando alcune destinazioni costiere ma favorendone altre allo stesso tempo: le tradizionali località balneari come anche le città del Mediterraneo potrebbero diventare meno accessibili e appetibili in estate, a causa delle temperature sempre più alte e insopportabili, rendendo così necessario lo sviluppo di nuovi prodotti turistici in altre stagioni dell'anno; allo stesso tempo, destinazioni costiere nel Nord Europa potrebbero beneficiare di estati più calde, diventando più accoglienti per i turisti e quindi rappresentando dei nuovi competitor per le località balneari tradizionali.

C Carbon neutral (o emissioni 0): per un'organizzazione, un'impresa, un prodotto, un servizio, un evento, ecc. significa raggiungere 0 emissioni nette di CO₂, bilanciando la quantità di CO₂ emessa nell'atmosfera e la quantità di CO₂ assorbita dall'atmosfera stessa attraverso gli oceani, le foreste o qualsiasi altro ambiente naturale in grado di assorbire anidride carbonica.

Questo equilibrio si raggiunge innanzi tutto stimando l'ammontare di emissioni di CO₂ prodotte dall'attività in questione attraverso specifici schemi; in secondo luogo implementando misure per ridurre il più possibile le emissioni attraverso il risparmio e l'efficiamento energetico e l'adozione di fonti di energia rinnovabile; come ultimo compensando quella parte di emissioni che non è stato possibile ridurre (carbon off setting).

C Carbon off setting: il processo di compensazione delle emissioni di CO₂ generate da un'organizzazione (un'impresa ma anche un pro-

dotto, un servizio, un evento, ecc.), attraverso il finanziamento di progetti finalizzati a ridurre o assorbire le emissioni attraverso la riforestazione, investimenti in energie rinnovabili, ecc. Una volta che le emissioni prodotte dall'organizzazione sono state calcolate e ridotte il più possibile, esistono numerosi schemi che permettono di compensare la parte di emissioni che non può essere ulteriormente ridotta, attraverso l'acquisto dei cosiddetti crediti di carbonio. Un credito di carbonio è un certificato negoziabile, ovvero un titolo equivalente ad una tonnellata di CO₂ non emessa o assorbita grazie ad un progetto di tutela ambientale realizzato con lo scopo di ridurre o riassorbire le emissioni globali di CO₂ e altri gas ad effetto serra.

C Codice di condotta: insieme di regole e linee guida che specificano quali sono i comportamenti ammessi e quali invece da scoraggiare in una data situazione (ad esempio un codice di condotta rivolto ai turisti con i comportamenti responsabili da osservare durante la visita di una destinazione).

C Consumo responsabile: impegno ad acquistare e utilizzare beni e servizi che hanno un basso impatto ambientale e che generano un impatto economico e sociale positivo. Alcuni esempi sono: il consumo di prodotti locali, alimenti e prodotti da agricoltura biologica, prodotti equosolidali, prodotti riciclati, prodotti realizzati da aziende che utilizzano prevalentemente fonti energetiche rinnovabili, l'uso di mezzi pubblici e veicoli a basse emissioni, ecc.

C Corporate Social Responsibility (Responsabilità sociale d'impresa): la responsabilità delle imprese per i loro impatti sulla società. Si riferisce all'impegno di un'azienda ad essere responsabile nei confronti degli stakeholder in tutte le sue attività. Un'azienda socialmente responsabile considera gli impatti che produce sull'ambiente e sulla comunità locale quando prende le decisioni, all'interno delle sue politiche, dei suoi interventi e comportamenti, bilanciando gli interessi di tutti gli stakeholder con i suoi obiettivi economici. Rappresenta quindi uno strumento importante con cui un'impresa, anche turistica, contribuisce allo Sviluppo Sostenibile.

D Discriminazione: l'atto e il risultato di trattare le persone (ad esem-

pio minoranze etniche, persone con disabilità, donne, ecc.) ingiustamente in modo diverso, ad esempio escludendole da un servizio, un'opportunità, ecc. invece di trattare ogni persona equamente sulla base del merito individuale.

E Economia circolare: l'economia circolare è un termine generico per definire un'economia che, invece del tradizionale modello economico basato su produzione-consumo-scarto, è pensata per potersi rigenerare da sola. È un modello economico che cerca di aumentare la quota di risorse rinnovabili e riciclabili, riducendo al tempo stesso il consumo di materie prime e di energia e tagliando le emissioni e i materiali di scarto.

La condivisione, il riuso, la riparazione, la ristrutturazione e il riciclo di prodotti e materiali già esistenti come ad esempio l'eco-design può aiutare a conservare l'utilità dei prodotti, dei loro materiali e componenti e a trattenere il loro valore, permettendo di utilizzarli il più a lungo possibile con la minore impronta ecologica possibile.

Si propone di seguito, a titolo di esempio, una lista (non esaustiva) di alcune delle principali aree di intervento e misure orientate ad implementare un modello di economia circolare, con particolare riferimento alle imprese e organizzazioni turistiche.

- Edilizia e costruzioni (per esempio per gli hotel e altre strutture ricettive) basata sull'uso di:
 - materie prime secondarie (i.e. riciclate, ottenute da scarti di altre lavorazioni, ecc.);
 - energie rinnovabili (pannelli solari, sistemi geotermici, ecc.) e tecnologie per migliorare la performance ambientale dell'edificio in termini di efficientamento energetico, risparmio idrico e riduzione delle emissioni di CO₂ (per esempio l'uso di sistemi di spegnimento/chiusura automatico di luci, acqua, riscaldamento e aria condizionata; finestre a tutta altezza che consentono di sfruttare al meglio la luce solare e di ridurre l'illuminazione elettrica; pannelli termici integrati in facciata che reagiscono autonomamente alle condizioni climatiche e alla presenza di persone, riducendo al minimo le esigenze di riscaldamento; impianti a biogas che generano energia da scarti alimentari opportunamente trattati; sistemi di depurazione dell'acqua che consentono il riutilizzo in loco dell'acqua dei lavandini e dei wc; sistemi di automazione avanzati che

controllano il clima nell'edificio e nelle camere dell'hotel, essendo collegati al sistema di prenotazione in modo che la temperatura della camera sia legata al suo effettivo utilizzo).

- Mobili fatti con materiali riciclati, riutilizzati o ristrutturati.
- Durante l'esercizio dell'attività quotidiana:
 - riutilizzo dei materiali, laddove possibile (ad esempio prodotti come lenzuola tovaglie, asciugamani, salviette, ecc., quando non più utilizzabili per il loro scopo, possono essere convertiti in sacchi per la biancheria, piccoli contenitori, ecc.; le bottiglie di plastica possono essere riutilizzate come vasi, contenitori, ecc.);
 - potenziamento della raccolta differenziata, anche fornendo istruzioni chiare a dipendenti e clienti;
 - riduzione, laddove possibile, di materiali di scarto, in particolare la plastica, ad esempio riducendo gli imballaggi e preferendo prodotti riutilizzabili più volte (caraffe di vetro al posto delle bottiglie di plastica; dispenser ricaricabili - ad esempio per sapone e set cortesia - al posto dei prodotti usa e getta; asciugatori ad aria automatica invece di asciugamani di carta, ecc.);
 - utilizzo, laddove possibile, di prodotti riciclati, in particolare per carta e plastica;
 - nelle attività food&beverage, preferenza, laddove possibile, di cibi biologici e riduzione degli sprechi alimentari migliorando la pianificazione dei menu (in modo ad esempio che la polpa di scarto del succo fresco possa essere utilizzata in dolci o salse) ed educando dipendenti e clienti (ad esempio nella colazione a buffet sensibilizzare i clienti affinché non prendano porzioni eccessive che poi lasciano sul piatto).
- ecc.

E Efficientamento energetico: uso di sistemi, tecnologie e pratiche che richiedono un minor impiego di energia per svolgere la stessa funzione, eliminando le perdite e ottimizzando il rapporto tra bisogno energetico e livello di emissioni di CO₂. L'efficientamento energetico riguarda tutte le attività: l'edilizia e le costruzioni, le attività manifatturiere, la produzione di beni di consumo, l'erogazione e la fruizione dei servizi, i trasporti, ecc. Contribuisce alla riduzione sia delle emissioni di CO₂ sia dei costi.

Alcuni esempi sono:

- studiare accuratamente la progettazione e l'ubicazione degli edifici (orientamento, ventilazione naturale, luce naturale, uso di pannelli termici, ecc.);
- usare illuminazione a LED o lampade CFL (compact fluorescent light) che consumano meno energia fornendo la stessa quantità di luce se non di più (un LED da 12 watt non solo usa il 75-80% in meno di energia rispetto a una tradizionale lampadina da 60 watt ma fornisce al tempo stesso più luce);
- installare nelle camere d'albergo, nei locali pubblici e negli uffici, dispositivi automatici di riscaldamento, aria condizionata e illuminazione che si attivano solo quando la stanza è occupata oppure quando le finestre sono chiuse (con riferimento a riscaldamento e aria condizionata);
- utilizzare apparecchi ad alta efficienza energetica (apparecchi in classe A; scambiatori di calore, ecc.);
- fare frequenti manutenzioni e pulizie degli impianti di riscaldamento, raffreddamento e refrigerazione;
- ecc.

- F Fair Trade (marchio):** il marchio di certificazione del commercio equo e solidale più conosciuto a livello internazionale. Ha l'obiettivo di supportare i produttori e lavoratori agricoli e le rispettive comunità, garantendo condizioni contrattuali e prezzi equi e un lavoro dignitoso. Il marchio certifica i prodotti agricoli rispetto a specifici standards economici, sociali e ambientali.
- F Fonti di energia non rinnovabile:** fonti di energia che non possono essere riprodotte, o rigenerate in un breve periodo di tempo attraverso cicli ecologici o processi agricoli e che quindi non possono essere nuovamente disponibili in tempi brevi.
- F Fonti di energia rinnovabile:** fonti di energia non fossile, ricavate da risorse che sono naturalmente reintegrate attraverso processi agricoli o cicli ecologici in una scala temporale umana, come l'energia eolica, solare, aerotermica, geotermica, idrotermica e oceanica, energia idroelettrica, biomassa, gas e biogas da impianti di trattamento delle acque reflue.

- G Gas serra:** gas presenti nell'atmosfera (anidride carbonica, metano, ossido nitroso, ozono e clorofluorocarburi) che riescono a trattenere, in maniera consistente, una parte considerevole della componente nell'infrarosso della radiazione solare che colpisce la Terra. Ai gas serra è dovuto il fenomeno dell'effetto serra, ossia quel fenomeno naturale da cui dipende la temperatura della superficie terrestre.
- G Greenwashing:** pratica sbagliata con cui un'organizzazione, prodotto, servizio, ecc. cerca di ottenere un vantaggio competitivo dichiarando di essere rispettoso dell'ambiente, quando in realtà non è così e non sono rispettati i minimi standard ambientali.
- I Impatto:** effetto che un'organizzazione (ad esempio un'impresa) genera attraverso la sua attività sull'economia, sull'ambiente e/o sulla società. Può essere un indicatore del contributo che l'organizzazione dà allo Sviluppo Sostenibile. L'impatto può essere di natura positiva o negativa; può essere attuale o potenziale; diretto o indiretto; di breve o di medio-lungo periodo; atteso o inaspettato. Gli impatti prodotti da un'organizzazione sull'economia, l'ambiente e/o sulla società possono produrre a loro volta conseguenze per l'organizzazione stessa, ad esempio sul suo modello di business, sulla sua reputazione, sul suo profitto o capacità di raggiungere gli obiettivi stabili.
- I Impronta (footprint):** l'impatto di un prodotto, servizio, attività, organizzazione lungo tutto il suo ciclo di vita. L'impronta può essere calcolata con riferimento al consumo di acqua, energia, ecc. La carbon footprint, ad esempio, è un parametro che viene utilizzato per stimare le emissioni di gas serra causate da un prodotto, da un servizio, da un'organizzazione, espresse generalmente in tonnellate di CO₂ equivalente.
- I Indigeno:** riferito a persone:
- appartenenti a popoli tribali di paesi indipendenti le cui condizioni sociali, culturali ed economiche li distinguono dal resto della comunità del paese in cui vivono e il cui statuto è regolato in tutto o in parte dai propri costumi o tradizioni o da leggi o regolamenti speciali;
 - popoli di paesi indipendenti che sono considerati indigeni per via

della loro discendenza dalle popolazioni che abitavano il paese - o una regione geografica - al momento della conquista o della colonizzazione o dell'istituzione degli attuali confini di stato e che, a prescindere dal loro status giuridico, conservano alcune o tutte le proprie istituzioni sociali, economiche, culturali e politiche.

- I Inquinamento acustico:** eccessiva esposizione a suoni e rumori fastidiosi e di elevata intensità. Si raccomanda che gli esseri umani non siano esposti a suoni e rumori che superano gli 85 decibel per più di 6 ore continue.
- I Inquinamento luminoso:** introduzione diretta o indiretta di luce artificiale nell'ambiente che provoca un'alterazione, spesso nociva o comunque fastidiosa e disturbante, dei naturali e normalmente bassi livelli di luce presenti nell'ambiente notturno.
- K Km zero (prodotti a Km zero):** prodotti realizzati, venduti e consumati localmente. Il concetto di Km zero, originariamente sviluppatosi in Italia, si riferisce principalmente a quei prodotti alimentari (frutta, verdura, formaggio, ecc. non industriali) per cui vengono ridotti il più possibile i passaggi nei diversi canali della filiera distributiva e la distanza tra il luogo di produzione e quello di vendita e consumo. In questo modo il prodotto può solitamente beneficiare di un margine di qualità maggiore e di un prezzo più basso. Il Km zero ha un'importante implicazione a livello ambientale, dal momento che non ci sono - o sono pochi - i trasporti coinvolti, e le emissioni di CO₂ sono così ridotte. Inoltre, contribuisce all'economia locale, sostenendo i piccoli e medi produttori locali. Le imprese turistiche, in particolare ristoranti, alberghi e altre strutture ricettive, dovrebbero preferire, laddove possibile, prodotti a Km 0. Inoltre, a livello di destinazione, l'utilizzo di prodotti a Km 0 da parte delle aziende turistiche può essere utile nell'ambito di una più ampia strategia di marketing territoriale volta a promuovere le produzioni locali tra i turisti.
- L Lampade a basso consumo:** lampade che forniscono la stessa quantità di luce (se non di più) con un minor consumo di energia elettrica rispetto alle comuni lampade.

- L Lavoro dignitoso:** lavoro che riconosce ai lavoratori retribuzione equa, sicurezza nel posto di lavoro, protezione sociale per sé e per la propria famiglia, prospettive positive per la propria crescita individuale e per l'integrazione sociale, libertà di esprimersi e di partecipare nelle decisioni che riguardano la propria vita, uguaglianza di opportunità e di trattamento per tutte le donne e uomini.
- M Monitoraggio:** analisi e valutazione periodica di un certo fenomeno al fine di rilevarne i cambiamenti rispetto a una condizione di base o di partenza o nel tempo. Il monitoraggio rappresenta un'attività importante per controllare gli impatti ambientali, sociali e economici prodotti dall'attività turistica e così il suo contributo allo Sviluppo Sostenibile.
- P Prodotto biologico:** prodotto coltivato o realizzato con materie prime prodotte secondo gli standard dell'agricoltura biologica. Si riferisce principalmente ai prodotti alimentari ma anche ad altri prodotti come abbigliamento e prodotti per la cura della persona che sono realizzati con materie prime (ad esempio cotone) provenienti da agricoltura biologica. Preferendo, laddove possibile, alimenti e prodotti biologici (tovaglie, lenzuola, asciugamani, saponi, ecc.), le imprese turistiche, in particolare ristoranti, alberghi e altre strutture ricettive, possono contribuire alla tutela dell'ambiente e della biodiversità. Inoltre, l'utilizzo di prodotti biologici da parte delle imprese turistiche può contribuire alla promozione dell'agricoltura biologica tra i clienti, sensibilizzando i turisti e stimolandoli all'acquisto di questi prodotti anche a casa, nell'ambito di un consumo più responsabile ed eco-compatibile.
- P Programmi di sviluppo per la comunità locale:** piano che descrive le azioni per minimizzare, mitigare o compensare gli impatti negativi prodotti a livello sociale e economico sulla comunità locale, e/o per potenziare gli effetti positivi.
- P Protezione della biodiversità:** conservazione e salvaguardia della varietà degli organismi viventi nelle loro diverse forme e nei loro rispettivi ecosistemi terrestri, marini e acquatici. Nel turismo, la protezione della biodiversità può essere perseguita attraverso l'imple-

mentazione di numerose misure da parte delle istituzioni pubbliche, delle aziende turistiche, dei turisti, e di qualsiasi altro stakeholder coinvolto. A livello di destinazione, si pensi per esempio a: piani di sviluppo turistico che considerano attentamente le aree naturalistiche protette e le altre aree ad elevato valore di biodiversità presenti nella destinazione e che sono coerenti con la normativa vigente per la protezione di tali aree; l'implementazione di sistemi di monitoraggio per misurare gli impatti dell'attività turistica e prevenire il sovrautilizzo dei siti naturalistici; lo sviluppo di specifici codici di condotta, protocolli, linee guida per orientare i comportamenti degli operatori turistici e dei turisti; ecc.

Le attività turistiche svolte in contesti naturalistici devono essere rispettose dell'ambiente: pensando, ad esempio, a tour e visite guidate in aree naturalistiche particolarmente sensibili, una guida naturalistica professionistica dovrebbe accompagnare i visitatori e questi dovrebbero essere informati circa i comportamenti da tenere (non gettare i rifiuti a terra; non fare rumore e disturbare gli animali; non raccogliere piante, ecc.).

Le attività di ristorazione dovrebbero preferire, laddove possibile, alimenti e in generale prodotti biologici (si pensi anche a asciugamani, lenzuola, tovaglie, ecc. prodotti con cotone o altre materie prime da agricoltura biologica). Per la manutenzione di giardini, spazi verdi, campi da golf, ecc. dovrebbe essere evitato o ridotto il più possibile l'uso di pesticidi e erbicidi. Più in generale le imprese turistiche potrebbero destinare fondi a progetti finalizzati alla salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità.

R Raccolta differenziata: sistema di raccolta dei rifiuti che prevede una prima differenziazione in base al tipo di rifiuto.

R Riciclare: convertire un rifiuto in un nuovo materiale o in un nuovo oggetto dello stesso valore. Lo scopo del riciclo è quello di recuperare i materiali di rifiuto e trasformarli in materiali riutilizzabili. Una volta raccolto il prodotto da riciclare, questo viene distrutto e quindi reimmesso in un determinato processo produttivo che porterà alla creazione di un nuovo prodotto. I materiali che possono essere riciclati sono svariati, tra cui i più comuni sono vetro, plastica PET, alluminio, carta e cartone.

R Risparmio energetico: qualsiasi comportamento che ha come conseguenza l'uso di un minor quantitativo di energia. Il risparmio energetico si differenzia dal concetto di efficientamento energetico (si veda la rispettiva voce), in quanto riguarda una modifica dei comportamenti di consumatori/turisti, imprese, ecc. al fine di ridurre l'uso di energia. L'efficientamento energetico ha a che fare invece con tecnologie e sistemi che impiegano meno energia per svolgere la stessa attività.

Alcuni esempi di comportamenti finalizzati al risparmio energetico sono:

- spegnere le luci quando si esce da una stanza;
- non lasciare gli apparecchi elettronici in standby ma spegnerli completamente;
- tenere spento il riscaldamento o l'aria condizionata se non strettamente necessario o non impostarli su temperature eccessive (troppo alte o troppo basse);
- incoraggiare dipendenti e turisti ad adottare comportamenti di risparmio energetico attraverso azioni di sensibilizzazione e incentivi;
- ecc.

R Riutilizzare/Rigenerare: riutilizzare scarti e rifiuti, senza distruggerli, per dare vita a nuovi prodotti. Rigenerare, o più semplicemente riutilizzare, significa allungare la vita utile di un prodotto, prima di tutto attraverso una giusta manutenzione e, poi, cercando di ripararlo se si rompe. Infine, quando il prodotto in questione non è più utilizzabile, "ripensandolo" dandogli una nuova vita, una nuova forma e soprattutto un nuovo scopo e un nuovo valore (ad esempio borse e cinture ottenute con copertoni di bicicletta). La rigenerazione è molto meno costosa del riciclo, dato che non comporta la distruzione del materiale.

S Sensibilità: grado con cui un sito o una risorsa può essere influenzato o modificato da forze esterne (ad esempio l'azione umana).

S Smart city/Smart destination: luogo in cui le reti e i servizi tradizionali sono resi più efficienti con l'uso delle tecnologie digitali e delle telecomunicazioni in favore dei suoi abitanti, delle sue imprese e più in generale dei suoi city-users. Una città/destinazione intelligente va

oltre l'uso delle tecnologie dell'informazione e delle telecomunicazioni fine a sé stesso ma persegue un migliore utilizzo delle risorse e minori emissioni.

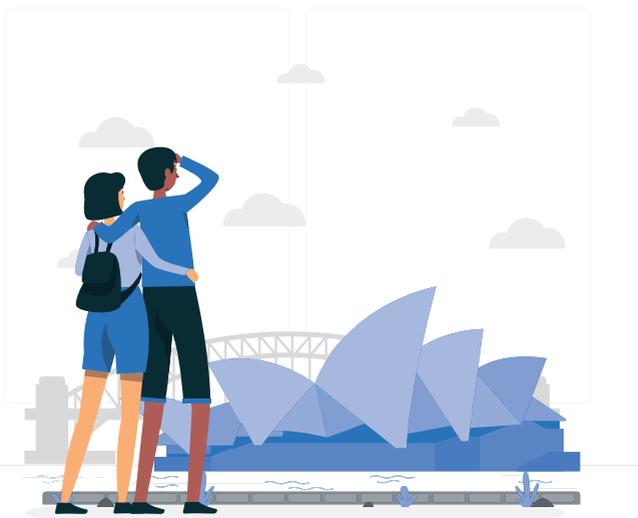
Significa reti di trasporto urbano più intelligenti, fornitura di acqua e strutture per lo smaltimento dei rifiuti migliorate e modi più efficienti per illuminare e riscaldare gli edifici. Significa anche un'amministrazione cittadina più interattiva e reattiva, spazi pubblici più sicuri e maggiori luoghi di ritrovo per soddisfare le esigenze di una popolazione che invecchia. Per quanto riguarda il turismo, una destinazione intelligente è una destinazione che si è dotata di una strategia per la sostenibilità, l'innovazione, lo sviluppo tecnologico dell'offerta, l'accessibilità e l'inclusività: prima, durante e dopo il viaggio. Una destinazione intelligente è anche quella che tiene conto sia dei residenti che dei turisti.

T Turismo slow: sviluppatosi inizialmente in Italia, turismo slow significa spostarsi ad un ritmo che permetta la riscoperta, eliminando lo stress e la velocità del viaggio e accettando un ritmo lento come norma per intraprendere le proprie attività di svago. Significa prendersi del tempo per incontrare le comunità locali, conoscere tradizioni e modi di vivere diversi. Solitamente il turismo lento predilige mezzi di trasporto, servizi e attività che riducono gli impatti ambientali e supporta le imprese locali nello sviluppare un'economia turistica sostenibile.

V Vulnerabile - riferito a persona: persona o gruppo di persone con una specifica condizione o caratteristica fisica, sociale, politica o economica che la/lo espone a un rischio maggiore di subire una discriminazione o al rischio di subire in misura maggiore gli impatti negativi a livello sociale, economico o ambientale prodotti dall'attività di un'organizzazione (impresa, ecc.).

V Vulnerabile - riferito ad un'area: esposizione o suscettibilità di un'area a un determinato pericolo o insieme di pericoli, come siccità, inondazioni, tempeste, episodi di forti piogge, valanghe, tornado, uragani/cicloni, eruzioni vulcaniche, terremoti, ondate di calore o frane, ecc.





5

TERMINI COLLEGATI ALLE CERTIFICAZIONI E SISTEMI DI INDICATORI PER LA SOSTENIBILITÀ PER LE DESTINAZIONI E PER LE IMPRESE

Certificazione/label:

la certificazione consiste in una procedura volontaria con cui una terza parte indipendente valuta, monitora e garantisce per iscritto che un'attività, una destinazione, un prodotto, un processo, un servizio o un sistema di gestione è conforme a dei requisiti specifici. Una volta terminata la procedura, a coloro che soddisfano o superano gli standard di base è solitamente assegnato un logo.

Esistono diversi tipi di certificazione. Questa può essere infatti: "Pass or fail", ovvero il prodotto o l'attività soddisfa o meno lo standard; "Graded labels", ovvero i prodotti o l'attività sono classificati in base alla loro performance rispetto all'aspetto oggetto di certificazione; "Dichiarazione di performance", ovvero un bilancio che descrive la performance rispetto a determinati parametri.

Esistono diversi schemi di certificazione in materia di sostenibilità. Alcuni schemi fanno riferimento e certificano specificamente il prodotto/servizio, mentre altri valutano l'organizzazione e i suoi processi produttivi e distributivi. Alcuni schemi sono focalizzati solo sulla dimensione ambientale; altri prevedono invece un approccio più ampio e comprendono anche le dimensioni sociale ed economica della sostenibilità, ad esempio considerando il rispetto dei diritti dei lavoratori, dei fornitori, dei consumatori, ecc. Alcuni schemi sono generici per tutti i tipi di imprese, indipendentemente dalla loro attività; altri programmi sono specificamente rivolti alle imprese turistiche, altri ancora alle destinazioni turistiche.

Alcuni esempi di schemi di certificazione per la sostenibilità rivolti a tutti i tipi di aziende sono:

- EU Ecolabel (per prodotti/servizi);
- EMAS - EU Eco-Management and Audit Scheme (per aziende e altre organizzazioni);
- Sistema di gestione ambientale ISO 14001 (per aziende e altre organizzazioni);
- ISO 20121 Eventi Sostenibili (per eventi, come concerti, conferenze, ecc.);
- Life Cycle Assessment ISO 14040 (per il ciclo di vita di un prodotto);
- ISO 26000 Responsabilità Sociale (per aziende e altre organizzazioni che implementano la responsabilità sociale d'impresa);



- ecc.
Con riferimento, invece al turismo, **alcuni dei principali schemi di certificazione specificamente rivolti alle aziende e alle organizzazioni turistiche sono:**
- EU Ecolabel for Tourist Accommodation (una specifica del sopra menzionato EU Ecolabel);
- Global Sustainable Tourism Council, costituito nel 2010 per promuovere la sostenibilità e la responsabilità sociale, è l'organismo internazionale nato dall'United Nations Environment Programme e dall'United Nation World Tourism Organization.
Il GSTC è stato concepito per individuare le norme minime in materia di sostenibilità che le imprese, i governi e le altre parti interessate dovrebbero soddisfare per conseguire la sostenibilità sociale, ambientale, culturale ed economica nelle destinazioni. Esistono due tipologie di certificazione: il GSTC C-HTO per gli hotel e i tour operator e GSTC CD per le destinazioni.
- Travelife Sustainability System per tour operator e agenzie di viaggio e per hotel e strutture ricettive;
- ISO 21401 Turismo e servizi correlati - Sistema di gestione della sostenibilità ambientale, sociale ed economica per le strutture ricettive.

Anche se non si tratta di un vero e proprio sistema di certificazione, si cita anche **ETIS - European Tourism Indicators System for Sustainable Destination Management**, sviluppato dalla Commissione Europea e rivolto alle destinazioni turistiche.

Allo stesso modo, possiamo anche citare la **Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette** della Federazione EUROPARC e indirizzata alle aree protette, alle imprese turistiche locali di queste aree e ai tour operator.

Report di sostenibilità:

strumento con cui un'organizzazione (un'azienda ad esempio) comunica gli obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale, economico e di governance che si è data nonché i progressi compiuti verso di essi. Ci sono molti modi per costruire il reporting di sostenibilità, anche facendo uso di framework consolidati.

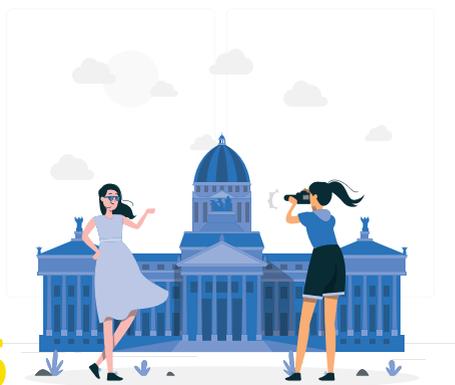
Uno dei sistemi più utilizzati e riconosciuti a livello internazionale è rappresentato dal GRI Standards. Il GRI (Global Reporting Initiative) è un'organizzazione internazionale indipendente la cui missione è sviluppare e diffondere linee guida per il reporting di sostenibilità applicabili a livello globale, supportando aziende, governi e altre organizzazioni nella comprensione e nella comunicazione delle proprie performance di sostenibilità.

Il GRI Standards crea un linguaggio comune per le organizzazioni - grandi o piccole, private o pubbliche - per rendicontare i propri impatti di sostenibilità ambientale, sociale ed economica in modo coerente e credibile. Il GRI Standards è applicabile anche dalle aziende turistiche.

Terza parte:

un organismo indipendente che non è coinvolto con l'organizzazione oggetto di certificazione/valutazione, e che quindi agisce come un auditor e un certificatore oggettivo.





54

6

BIBLIOGRAFIA

Idowu S. O., Capaldi N., Zu L., Das Gupta A. (2013). *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility - 2013 Edition*. Springer Link.

Centre for Regional and Tourism Research, Denmark. (2018). *Destination: A circular tourism economy. A handbook for transitioning toward a circular economy within the tourism and hospitality sectors in the South Baltic Region* - Handbook developed in the field of the Interreg South Baltic innovation project CIRTOINNO.

European Commission. (2001). Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. COM (2001) 366 final.

European Commission. (2013). *ETIS - The European Tourism Indicators System. Toolkit for Sustainable Destinations*.

European Commission. (2016). *ETIS - The European Tourism Indicators System. ETIS toolkit for sustainable destination management*.

European Commission. (2017). *EU Ecolabel User Manual Tourist Accommodation*.

EUOROPARC Federation. (2010). *European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas*. EUROPARC Consulting Limited.

FAO - Food And Agriculture Organization Of The United Nations. (2009). *Glossary on Organic Agriculture*.

GRI - Global reporting Initiative. (2020). *GRI Standards Glossary*.

GSTC - Global Sustainable Tourism Council. *Sustainable Tourism Glossary: Definitions of Important Terms*. <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/glossary/>

Hotel Energy Solutions. (2011). *Energy Efficiency and Renewable*

55



A cura di:

Erica Mingotto,

ricercatrice in economia del turismo presso CISET,
docente universitaria, esperta in Sviluppo Sostenibile,
CSR e innovazione nel turismo.

Adriana Miotto,

Co-founder e CEO di JUST GOOD TOURISM srl,
docente universitaria, esperta in destination
management e destination marketing.

