



**ANPA**

Agenzia Nazionale  
per la Protezione dell'Ambiente

**Unità per  
la Qualità  
Ecologica  
dei Prodotti**

# **Studio Nazionale per l'Applicazione del Marchio Europeo di Qualità Ambientale nel Settore del Turismo**

***SINTESI***

Il presente studio è stato realizzato nel corso del 2000 dal seguente gruppo di lavoro

ANPA: Stefania Ministrini, Giovanni D'Anna, Ugo Pretato, Maurizio Fieschi  
Ministero dell'Ambiente: Paolo Piacentini  
CISSET: Mirella Cerato  
ENEA: Luca Andriola  
ISTAT: Gianlorenzo Bagatta, Roberto Gismondi, Monica Perez  
FAITA: Marco Sperapani  
Federalberghi: Maurizio Perez  
ACTA: Lorenzo Canova  
CTS: Micaela Solinas  
Ecotrans: Herbert Hamele

Il rapporto di sintesi è stato redatto da: Stefania Ministrini, Giovanni D'Anna, Ugo Pretato, Maurizio Fieschi

*Si ringrazia il Comitato Ecolabel-Ecoaudit che, insieme ad Anpa, ha voluto la realizzazione dello studio.*

*Si ringraziano per il contributo fornito alla realizzazione dello studio, l'Istituto di Ricerche CIRM, l'Agriturist, il Club Alpino Italiano, Federturismo, i responsabili del Manifesto Qualità Ambiente Cavallino 2000, l'Associazione Jesolana Albergatori, l'Associazione Albergatori di Riccione, l'Unione Gardesana Albergatori, tutte le strutture ricettive d'Italia che hanno collaborato alla raccolta dei dati e la società di consulenza Sogesca.*

*Si ringrazia inoltre la Direzione Generale Turismo del Ministero dell'Industria del Commercio e dell'Artigianato per la collaborazione fornita.*

Per ulteriori informazioni, si prega di contattare

ANPA – Agenzia Nazionale per la Protezione dell'Ambiente  
Unità per la Qualità Ecologica dei Prodotti  
Via Vitaliano Brancati, 48  
00144 Roma  
Fax: +39.06.5007.2048  
e-mail: [ecolprod@anpa.it](mailto:ecolprod@anpa.it)  
<http://www.sinanet.anpa.it/ecolprod>

ISBN 88-448-0274-0

# INDICE

<b>1. Introduzione.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Obiettivi dello studio.....</b>	<b>6</b>
<b>3. Struttura dello studio.....</b>	<b>6</b>
<b>4. Domanda turistica di qualità ambientale del servizio offerto .....</b>	<b>8</b>
<b>5. L'offerta turistica e l'attenzione all'ambiente .....</b>	<b>12</b>
5.1 <i>Caratterizzazione dei flussi turistici.....</i>	<i>13</i>
5.2 <i>Caratterizzazione della tipologia e delle modalità di gestione del servizio offerto dalle strutture ricettive.....</i>	<i>14</i>
<b>6. La fattibilità tecnica.....</b>	<b>20</b>
6.1 <i>Presenza di indicatori.....</i>	<i>20</i>
6.2 <i>Presenza di tecniche e tecnologie per il miglioramento ambientale.....</i>	<i>24</i>
6.3 <i>Presenza di aree di miglioramento .....</i>	<i>25</i>
6.4 <i>Presenza di vantaggi economici e commerciali.....</i>	<i>27</i>
<b>7. Conclusioni.....</b>	<b>28</b>
 <b>Appendice</b>	 Domanda turistica: dati ISTAT e CIRM
<b>Allegato 1</b>	Ciclo di vita del servizio turistico offerto dalle strutture ricettive
<b>Allegato 2</b>	Lista di indicatori selezionati

## Indice delle figure

Fig. 3.1	Struttura della ricerca .....	7
Fig. 4.1	Gradimento per l'adozione di una serie di misure di salvaguardia dell'ambiente da parte di alberghi o, in generale, da parte di strutture ricettive .....	9
Fig. 4.2	Percezione di un miglioramento della qualità del servizio offerto a seguito dell'adozione di misure per la salvaguardia dell'ambiente.....	10
Fig. 4.3	Opportunità che le misure per la salvaguardia dell'ambiente adottate dagli alberghi, e in generale le strutture ricettive, vengano riconosciute con un marchio di qualità ambientale certificato da un'Autorità pubblica nazionale o dell'Unione Europea.....	10
Fig. 4.4	Livello di considerazione attribuito a diversi fattori nella scelta della struttura ricettiva - Indagine CIRM .....	11
Fig. 4.5	Livello di considerazione attribuito a diversi fattori nella scelta della struttura ricettiva - Indagine ISTAT .....	12
Fig. 5.2.1	Risultati indagine sulle modalità di gestione del servizio offerto dalle strutture alberghiere.....	18
Fig. 5.2.2	Risultati indagine sulle modalità di gestione del servizio offerto dai campeggi.....	19
Fig. 6.1.1	Schema di individuazione indicatori.....	21
Fig. 6.1.2	Esempio di scomposizione in attività elementari del di ciclo di vita del servizio turistico offerto dalle strutture ricettive .....	22
Fig. 6.2.1	Consumi energetici giornalieri per cliente in sei "buone pratiche" del Lussemburgo (Valori medi e distribuzione) .....	25
Fig. 6.4.1	Indagine sulla presenza di vantaggi economici e commerciali nell'uso dei marchi (percentuale di esercizi che dichiarano vantaggi).....	28

## Indice delle tabelle

Tab. 5.1.1	Esempio di caratterizzazione delle aree d'interesse turistico nazionale.....	13
Tab. 5.1.2	Distribuzione degli esercizi alberghieri per Province campione .....	14
Tab. 5.2.1	Caratteristiche del servizio offerto dagli alberghi.....	14
Tab. 5.2.2	Ambiti indagati dal questionario inviato alle strutture ricettive.....	16
Tab. 5.2.3	Caratteristiche del servizio offerto dai campeggi.....	18
Tab. 6.1.1	Esempio di aspetti ambientali collegati a una attività turistica elementare.....	22
Tab. 6.1.2	Esempio di indicatori collegati ad un singolo aspetto ambientale dell'attività [A221] Utilizzo della camera da parte del cliente.....	23
Tab. 6.3.1	Confronto tra consumi idrici ed energetici nel settore civile e negli alberghi.....	26
Tab. 6.3.2	Confronto tra consumi idrici ed energetici nel settore civile e nei campeggi .....	26

## 1. Introduzione

Negli anni più recenti alcune imprese facenti parte dell'industria del turismo hanno risposto alle problematiche ambientali introducendo iniziative volontarie di autoregolamentazione. La maggior parte di loro hanno iniziato a riconoscere che le politiche ambientali possono risultare non soltanto funzionali ad occasioni di business, ma anche essenziali per la sopravvivenza economica del settore.

Tra le principali iniziative del settore vi è lo sviluppo di strumenti volontari quali codici di condotta, linee guida, marchi. Tra tali strumenti ruolo importante hanno i marchi di qualità ambientale il più delle volte legati alla qualità ambientale della struttura ricettiva piuttosto che ad un'area di destinazione turistica.

L'interesse per gli operatori del settore all'ottenimento di un marchio di qualità ambientale nasce da una esigenza di attestazione della qualità del servizio offerto dalla struttura e di differenziazione rispetto ad un mercato nel quale molto spesso è presente un'offerta massificata. In effetti, le iniziative più interessanti in ambito nazionale si sono verificate prevalentemente in aree turistiche caratterizzate da due componenti: una particolare concentrazione di strutture ricettive e la presenza di una domanda turistica internazionale maggiormente attenta alle problematiche ambientali.

Il nuovo regolamento CE n. 1980/2000 del Parlamento Europeo e del Consiglio prevede l'estensione del campo di applicazione dell'Ecolabel europeo al settore dei servizi ed il primo settore scelto per tale applicazione, in quanto considerato prioritario in sede europea, è il turismo.

L'Ecolabel europeo è uno strumento di miglioramento della qualità di prodotti e servizi

- volontario
- selettivo
- rivolto a specifici gruppi di prodotti
- basato su criteri quantificabili individuati in base ad un approccio di ciclo di vita.

L'Ecolabel europeo è infatti un marchio che viene concesso su richiesta dei produttori e dei gestori di servizi a fronte della documentazione del raggiungimento di determinati requisiti ambientali. Tali requisiti vengono selezionati in modo che possano essere raggiunti solo dai prodotti più rispettosi dell'ambiente. Il vantaggio competitivo dato dall'uso del marchio crea un effetto emulazione che spinge complessivamente il mercato verso un miglioramento continuo.

Nel gennaio 2000 la Commissione Europea ha avviato uno studio di fattibilità come primo passo nel processo di definizione del marchio di qualità ambientale per il servizio turistico, volto a valutare la presenza delle condizioni necessarie per l'introduzione dell'Ecolabel nel settore del turismo.

L'orientamento della Commissione Europea è quello di considerare come primo prodotto da inserire nel sistema Ecolabel il servizio turistico offerto dalla struttura ricettiva e, successivamente, le attività legate al trasporto ed alla ricreazione del turista.

## **2. Obiettivi dello studio**

A seguito dell'iniziativa europea ed in considerazione dell'importanza del settore per il paese, l'ANPA ha ritenuto opportuno promuovere la realizzazione di uno studio nazionale per valutare il grado di applicabilità dell'Ecolabel europeo al settore del turismo italiano e di contribuire ad una definizione di gruppo di prodotti in linea con le specifiche esigenze nazionali. La situazione italiana nel settore del turismo presenta infatti alcune peculiarità nel tessuto industriale quali caratteristiche di microrealtà imprenditoriali, molto spesso organizzate in gestione familiare, nonché una complessa articolazione territoriale con caratteristiche socio-culturali ed ambientali estremamente diversificate.

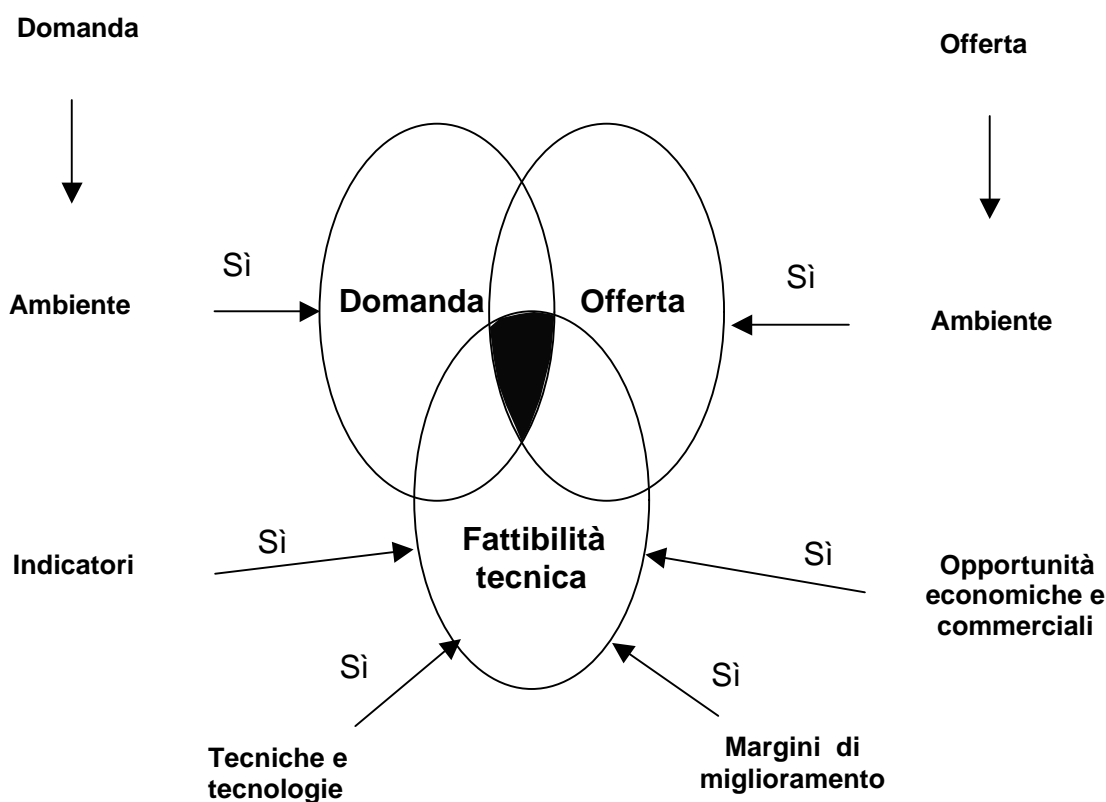
Quanto riportato dallo studio costituisce quindi un elemento di proposizione e di confronto con le posizioni degli altri paesi europei.

L'ampia impostazione data allo studio consente di riferire i risultati più in generale ad ogni etichetta di tipo I, secondo la norma ISO 14020.

## **3. Struttura dello studio**

Esistono tre componenti essenziali per la valutazione delle possibilità di applicazione del marchio europeo di qualità ambientale: particolari tipologie di domanda turistica e di offerta di strutture ricettive, la presenza di determinate condizioni tecniche nel sistema oggetto del marchio.

Lo schema seguente, illustra come sono organizzate tra loro le varie parti della ricerca.



**Fig. 3.1 Struttura della ricerca**

La presenza delle condizioni predisponenti l'applicazione del marchio si ha se si realizza la sovrapposizione di:

1. una domanda turistica sensibile alle problematiche ambientali ed in particolare al miglioramento della qualità ambientale del servizio offerto dalle strutture ricettive;
2. un'offerta del servizio sensibile alla variabile ambientale e potenzialmente interessata all'utilizzo di uno strumento quale l'Ecolabel;
3. specifiche condizioni tecniche quali
  - presenza di indicatori in grado di rappresentare gli aspetti ambientali delle attività di cui si compone il servizio turistico - l'Ecolabel europeo prevede

criteri prestazionali per la sua concessione e quindi richiede particolari indicatori quantitativi;

- presenza di tecniche e tecnologie in grado di essere adottate dalle strutture ricettive e di apportare significativi miglioramenti ambientali nell'erogazione del servizio;
- presenza di significativi margini di miglioramento ambientale dell'attuale situazione;
- presenza di vantaggi e opportunità economiche e commerciali per coloro che ottengono il marchio di qualità ambientale.

#### **4. Domanda di qualità ambientale del servizio offerto**

Gli obiettivi dell'indagine svolta sulla domanda turistica nazionale sono stati quelli di rilevare il grado di sensibilità dei turisti nei confronti dell'ambiente ed in particolare il livello di gradimento per una migliore qualità del servizio offerto dalle strutture ricettive.

A tal fine sono state effettuate due indagini: la prima svolta dall'Istituto di ricerche di mercato CIRM, nel marzo 2000 su di un campione di 800 italiani andati in vacanza; la seconda effettuata dall'ISTAT, nell'ambito dell'indagine trimestrale sulla domanda turistica "Viaggi e Vacanze" su di un campione di 3.500 famiglie per ciascun trimestre, per un totale di circa 8.000 italiani di 18 anni e più. Entrambe le indagini sono state condotte con interviste mediante il sistema di rilevazione C.A.T.I (Computer Assisted Telephone Interview).

Le stime ISTAT sono relative alle prime due indagini trimestrali del 2000 (gennaio-marzo e aprile-giugno).

Le domande effettuate sono state rivolte per riscontrare:

1. il livello d'importanza attribuito dal turista alla variabile ambientale nella scelta della struttura ricettiva in relazione ad altri criteri di scelta quali
  - varietà del servizio offerto
  - vicinanza all'attività di specifico interesse
  - prezzo

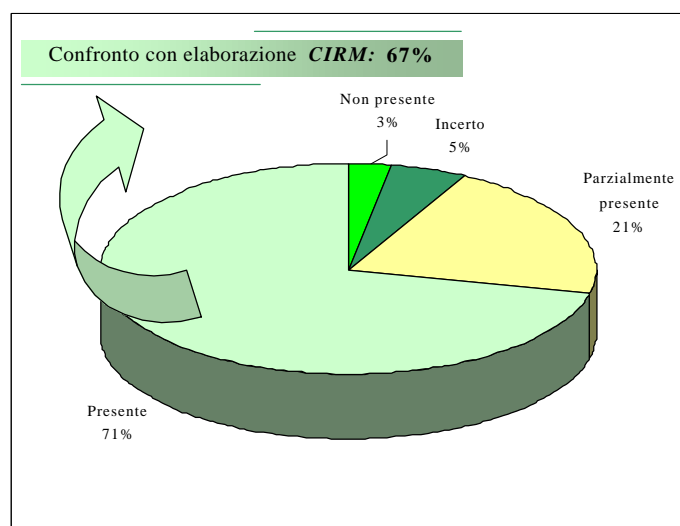


2. il livello di gradimento del turista per l'adozione di misure di protezione per l'ambiente da parte delle strutture ricettive;
3. la percezione del turista che i miglioramenti ambientali ottenuti corrispondano ad un miglioramento della qualità del servizio offerto dalle strutture ricettive;
4. l'opportunità circa il riconoscimento della qualità ambientale nelle strutture ricettive attraverso un sistema di attribuzione di un marchio di qualità ambientale del servizio fornito.

I risultati ottenuti dalle due indagini, tra essi omogenei, hanno evidenziato:

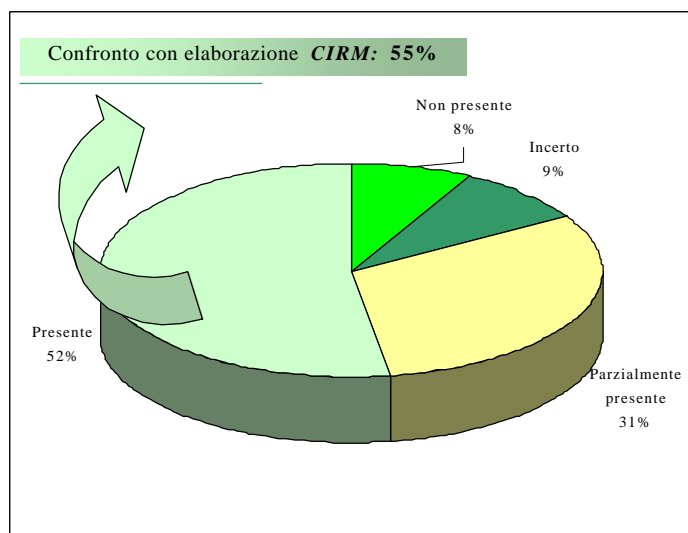
- il gradimento dei turisti per l'adozione di misure di protezione per l'ambiente da parte delle strutture ricettive (cfr. fig.4.1);
- una positiva percezione da parte dei turisti che una migliore qualità ambientale del servizio offerto corrisponda ad un reale e complessivo miglioramento dello stesso (cfr. fig.4.2);
- l'opportunità che tale qualità ambientale venga riconosciuta attraverso un sistema di concessione di un marchio da parte di un'Autorità pubblica nazionale o dell'Unione Europea (cfr. fig.4.3).

Tenuto conto della specificità della tematica ambientale per la quale si verifica una predisposizione positiva, indipendentemente dalla reale attitudine, si è ritenuto opportuno aggregare i dati riportati secondo le modalità illustrate in appendice. L'appendice riporta i dati originari dell'indagine ISTAT e CIRM.



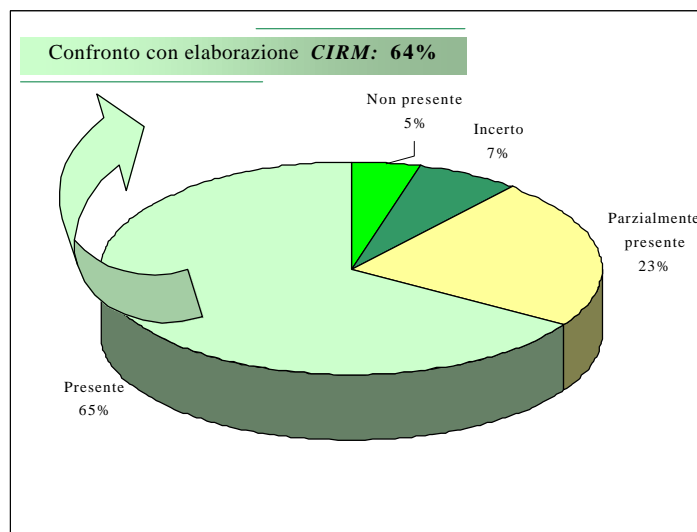
Fonte: elaborazione ANPA su dati ISTAT

**Fig. 4.1 Gradimento per l'adozione di una serie di misure di salvaguardia dell'ambiente da parte di alberghi o, in generale, da parte di strutture ricettive**



Fonte: elaborazione ANPA su dati ISTAT

**Fig. 4.2** Percezione di un miglioramento della qualità del servizio offerto a seguito dell'adozione di misure per la salvaguardia dell'ambiente



Fonte: elaborazione ANPA su dati ISTAT

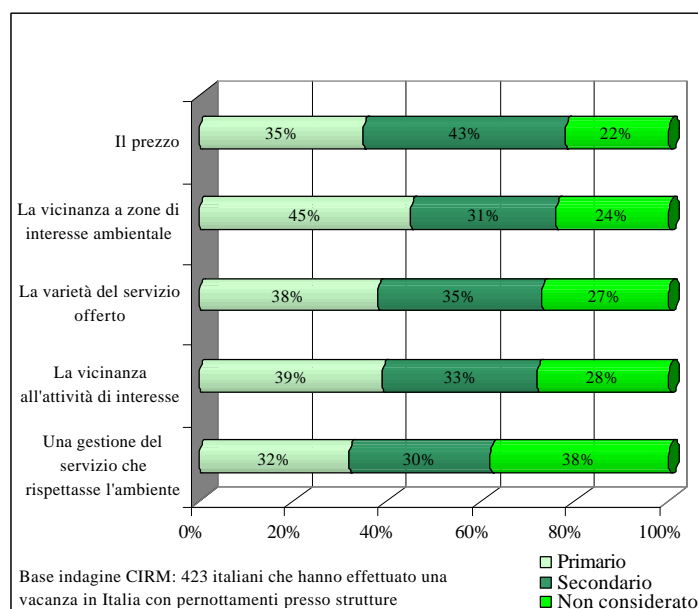
**Fig. 4.3** Opportunità che le misure per la salvaguardia dell'ambiente adottate dagli alberghi, e in generale le strutture ricettive, vengano riconosciute con un marchio di qualità ambientale certificato da un'Autorità pubblica nazionale o dell'Unione Europea

Se si confronta quanto gli aspetti ambientali pesino come criterio di scelta delle strutture ricettive rispetto ai criteri tradizionali quali il prezzo, il tipo di servizio offerto, le comodità, i risultati sembrano meno omogenei dei precedenti, ma danno comunque indicazioni significative.

Le differenze sono attribuibili alla diversità del target di popolazione a cui si riferisce il campione. Mentre l'indagine CIRM considera soltanto le opinioni degli italiani che hanno effettuato viaggi per vacanza, l'indagine ISTAT si riferisce alle opinioni di coloro i quali hanno viaggiato sia per vacanza sia per motivi di lavoro.

In particolare, la flessione d'importanza attribuita alla variabile ambientale nella scelta della struttura ricettiva che sembrerebbe emergere nelle stime ISTAT rispetto ai dati CIRM risente probabilmente del fatto che nell'indagine ISTAT rientrano casi in cui la variabile ambientale nella scelta della struttura assume un'importanza minore, soprattutto con riferimento a situazioni di scelta in cui l'intervistato ha potuto incidere solo parzialmente, come avviene nei viaggi di lavoro gestiti da agenzie o specifiche strutture aziendali; a conferma di ciò risulta un'elevata percentuale di risposte di non considerazione per tutti i fattori di scelta (cfr. fig. 4.5).

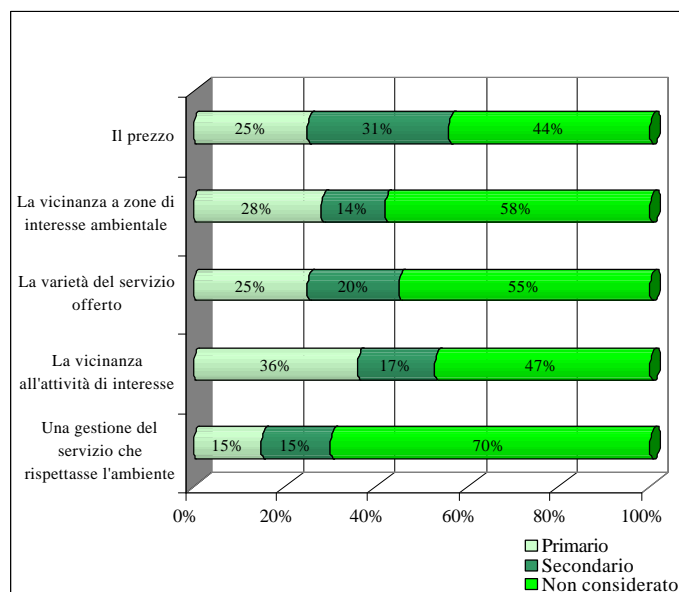
Nell'indagine CIRM (cfr. fig. 4.4) è significativo constatare come di fatto gli aspetti ambientali, anche quelli legati alla gestione del servizio, continuo ad un livello comparabile con i fattori di scelta tradizionali, quali il prezzo. Questo anche se può non corrispondere appieno allo scenario di scelta realmente applicato, indica comunque il crescere della coscienza ambientale nella maggioranza dei turisti.



Fonte: elaborazione ANPA su dati CIRM

**Fig. 4.4 Livello di considerazione attribuito a diversi fattori nella scelta della struttura ricettiva - Indagine CIRM**

Dall'indagine ISTAT risulta prioritaria la vicinanza all'attività d'interesse (espressa nel 36% dei viaggi effettuati) visto il peso che assume la componente dei viaggi per motivi di lavoro che infatti rappresentano il 35% dei viaggi effettuati dagli italiani nel corso del primo semestre del 2000 (cfr. fig. 4.5).



Fonte: elaborazione ANPA su dati ISTAT

**Fig. 4.5 Livello di considerazione attribuito a diversi fattori nella scelta della struttura ricettiva - Indagine ISTAT**

## 5. L'offerta turistica e l'attenzione all'ambiente

L'analisi dell'offerta è stata svolta con l'obiettivo di capire sia la tipologia e le modalità di gestione del servizio turistico offerto, sia il livello d'attenzione degli operatori nei confronti della variabile ambientale.

Dall'analisi dell'offerta è stato escluso l'universo delle abitazioni private e delle seconde case. Si tratta di una realtà importante in alcune regioni del sud Italia e a volte costituisce la componente prevalente del sistema ricettivo; tuttavia, per una serie di limitazioni oggettive prima fra tutte l'assenza di dati e la presenza di situazioni "sommerse", tale tipologia di ricettività è stata esclusa dall'ambito d'indagine dello studio.

L'analisi si è quindi prevalentemente concentrata su due tipologie di strutture: gli alberghi ed i campeggi-villaggi turistici, che rappresentano l'87%<sup>i</sup> in termini di capacità ricettiva totale in Italia.

### 5.1 Caratterizzazione dei flussi turistici

L'analisi dei flussi turistici e la caratterizzazione delle aree di interesse turistico per il paese è stata svolta a livello nazionale attraverso dati provenienti dalla Direzione delle statistiche sulle imprese (DCII) dell'ISTAT e dall'Ufficio Italiano Cambi.

Con un livello di dettaglio territoriale provinciale, si sono ottenuti:

1. stima della suddivisione delle presenze turistiche per tipologia di turismo e di struttura ricettiva;
2. quantificazione delle spesa turistica media per presenza e complessiva (escluse le spese di trasporto per il raggiungimento del luogo di destinazione);
3. calcolo di indicatori di pressione turistica<sup>ii</sup>.

In Italia possono essere riconosciute 10 tipologie differenti di turismo: balneare, montano, rurale, lacuale, culturale, naturale, termale, tematico, d'affari, religioso. Per almeno sette di queste tipologie sono state individuate alcune Province rappresentative (in tutto 14), utilizzabili come campione. La scelta delle Province è stata svolta tenendo conto ad un primo livello delle presenze e della relativa pressione turistica, ad un secondo livello del contesto territoriale (area geografica di appartenenza: nord, sud, centro) e della rappresentatività della tipologia di strutture ricettive prevalentemente presenti (diversa classe di alberghi, camping, ecc.).

Nella tab. 5.1.1 sono riportati alcuni esempi di caratterizzazione delle aree campione.

**Tab. 5.1.1 Esempio di caratterizzazione delle aree d'interesse turistico nazionale**

<i>Tipologia di turismo</i>	<i>Provincia tipo</i>	<i>Presenza turistica (migliaia)</i>	<i>Spesa turistica (Mld)</i>	<i>Pressione turistica</i>
Balneare	Rimini	14.362	1.851	Medio-alta
Montano	Bolzano	23.255	3.078	Medio-alta
Rurale	Perugia	3.193	436	Medio-alta
Lacuale	Verona	9.226	1.364	Medio-alta
Culturale	Roma	16.723	5.100	Alta
Termale	Padova	4.340	625	Alta
D'affari	Milano	7.678	1.876	Bassa

Fonte: elaborazioni ANPA su dati ISTAT

Occorre segnalare che in base agli attuali sistemi di classificazione dei flussi turistici utilizzati dalle APT (Aziende di Promozione Turistica), non è stato possibile individuare Province italiane rappresentative del turismo naturale, tematico e religioso (cfr. tab. 5.1.1).

La tabella 5.1.2 elenca le 14 Province italiane selezionate riportando il numero di esercizi alberghieri. Il campione di indagine (13.298 alberghi) risulta rappresentativo del 41% del totale dei 32.352 alberghi italiani<sup>iii</sup>.

**Tab. 5.1.2 Distribuzione degli esercizi alberghieri per Province campione**

<i>Provincia Campione</i>	<i>Numero di esercizi alberghieri</i>
Bolzano	2.660
Rimini	2.139
Trento	1.665
Venezia	1.317
Roma	956
Napoli	725
Verona	718
Brescia	668
Milano	578
Firenze	510
Siena	430
Bologna	380
Messina	296
Padova	273
<b>Totale</b>	<b>13.298</b>

Fonte: elaborazione ANPA su dati Federalberghi

## **5.2 Caratterizzazione della tipologia e delle modalità di gestione del servizio offerto dalle strutture ricettive**

La caratterizzazione della tipologia del servizio offerto consente la corretta considerazione delle diverse attività, pernottamento, ristorazione, attività ricreative, che hanno luogo in una struttura ricettiva.

Attraverso l'analisi ed elaborazione di dati provenienti da archivi della Federalberghi è stato possibile identificare il servizio turistico offerto dalle strutture alberghiere appartenenti alle Province campione. La tabella 5.2.1 mostra la distribuzione di tali servizi presenti nelle 14 Province selezionate.

**Tab. 5.2.1 Caratteristiche del servizio offerto dagli alberghi**

<i>Tipologia di servizio</i>	<i>Presenza nelle Province campione</i>
Bar	72%
Ristorante	49%
Attività ricreative e sportive	13%

Campione di 13.298 alberghi

Fonte: elaborazione ANPA su dati Federalberghi

L'analisi ha rilevato che il 72% dei 13.298 esercizi analizzati dispone del servizio bar, mentre il 49% dispone del servizio ristorante. Tali dati evidenziano che per caratterizzare il servizio turistico e per definire un marchio di qualità ambientale è fondamentale incentrare l'attenzione sulle attività di pernottamento e ristorazione, mentre le attività sportive e ricreative rappresentano una componente minore del servizio offerto (13% degli alberghi analizzati).

L'individuazione delle modalità di gestione ambientale del servizio offerto dalle strutture ricettive, è stata ottenuta inviando un questionario alle singole strutture (alberghi e campeggi), tramite le Associazioni e Federazioni di categoria. Le domande poste col questionario si incentrano sui principali ambiti rilevanti dal punto di vista ambientale nelle modalità di gestione del servizio turistico offerto (cfr. tab. 5.2.2).

**Tab. 5.2.2 Ambiti indagati dal questionario inviato alle strutture ricettive***Approvvigionamenti*

- Acquisto di prodotti a ridotto impatto ambientale come prodotti con etichette ecologiche (Ecolabel), carta riciclata, prodotti di pulizia completamente biodegradabili
- Utilizzo nei menù prodotti locali e/o biologici
- Non utilizzo di prodotti confezionati usa e getta (es. marmellate, miele, burro)

*Modalità di gestione del servizio*Acqua

- Presenza di sistemi/misure di risparmio idrico
- Controlli regolari di perdite o difetti
- Esistenza di sistemi per il trattamento delle acque di scarico
- Presenza di un cambio flessibile della biancheria

Energia

- Approvvigionamento di calore-energia da fonti rinnovabili
- Presenza di misure di risparmio energetico (es. materiali isolanti, lampade a basso consumo)
- Gestione dell'impianto di riscaldamento/climatizzazione in funzione della temperatura esterna

Rumore

- Presenza di misure per la riduzione del rumore

Trasporti

- Fornitura di bonus per i clienti che utilizzano mezzi pubblici
- Messa a disposizione di biciclette per il trasporto dei clienti
- Utilizzo di mezzi di trasporto ecologici (elettrici, metano, GPL)

Formazione, educazione, sensibilizzazione

- Attività di formazione-informazione del personale su problematiche ambientali
- Attività di informazione e sensibilizzazione dei clienti per il rispetto dell'ambiente
- Attività di sensibilizzazione dei clienti per l'utilizzo di mezzi pubblici
- Partecipazione a programmi di informazione-educazione ambientale in cooperazione con le istituzioni, soggetti pubblici e/o privati

*Rifiuti*

- Trattamento adeguato di sostanze pericolose
- Presenza di misure per la minimizzazione della produzione di rifiuti
- Raccolta differenziata dei rifiuti
- Recupero degli imballaggi

I questionari pervenuti sono stati 282 per gli alberghi e 32 per i campeggi.

I risultati hanno consentito di evidenziare la sensibilità nei confronti della variabile ambientale da parte delle strutture ricettive attraverso la presenza, nelle modalità di gestione del servizio, di misure di protezione ambientale.



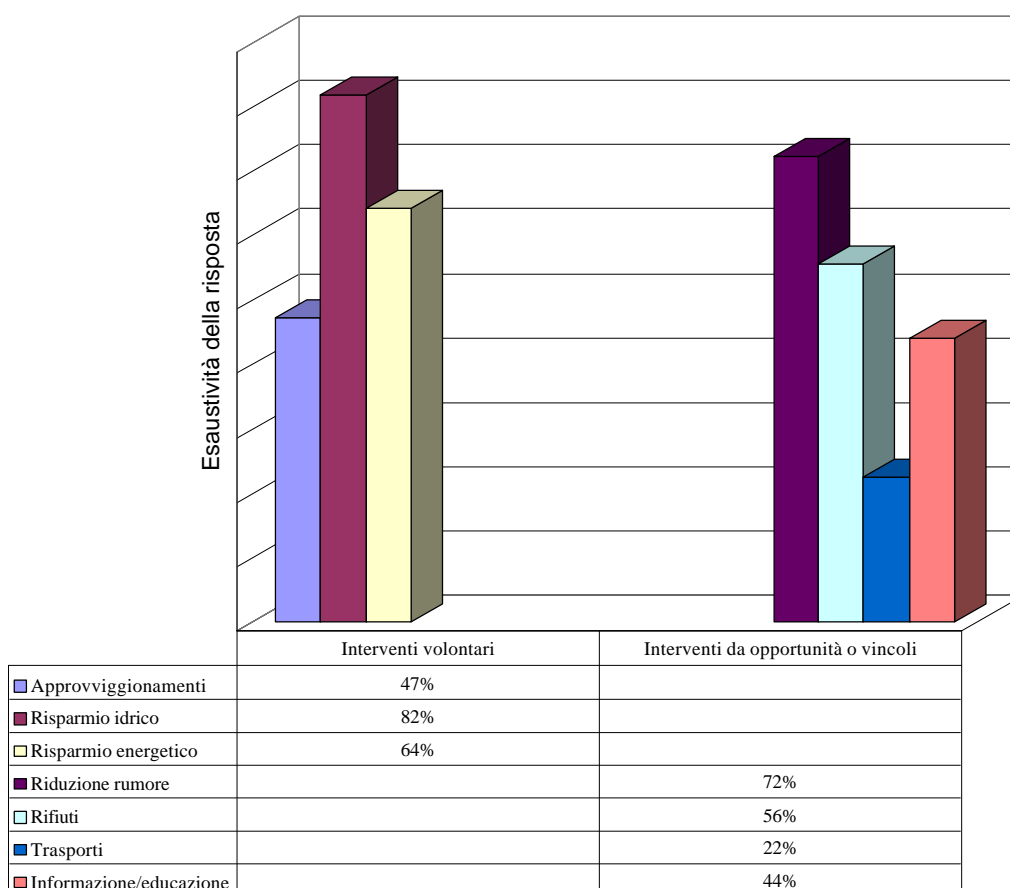
Le modalità e le misure adottate per la gestione del servizio per le diverse aree investigate (approvvigionamenti, acqua, energia, ecc.) sono riconducibili a due tipologie di interventi:

- a) interventi volontari - iniziative volontarie, volte specificatamente ad ottenere miglioramenti in campo ambientale, spesso anche legate ad interesse economico (es. risparmio energetico);
- b) interventi legati ad opportunità o vincoli imposti dalla normativa cogente o derivanti da situazioni contingenti, quali ad esempio la presenza di sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti che facilitano gli operatori.

I risultati relativi ai questionari pervenuti dalle strutture alberghiere sono rappresentati nella fig. 5.2.1.

Dal grafico è possibile evidenziare come gli ambiti che presentano una maggiore esautività nelle risposte siano quelli relativi alla gestione dell'acqua, attraverso l'introduzione di misure per il risparmio idrico (82%), alla riduzione del rumore (72%) alla gestione dell'energia (64%); per quanto riguarda quest'ultimo ambito occorre differenziare la presenza di misure per il risparmio energetico dalle modalità di approvvigionamento energetico. Nel primo caso infatti troviamo un diffuso utilizzo (86%) di misure per il risparmio energetico (es. utilizzo lampade a basso consumo, materiale isolante, ecc.), mentre l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili risulta ancora basso: soltanto l'11% delle strutture dichiara di utilizzarlo, l'8% dichiara di essere disposto ad utilizzarlo nel breve termine, mentre l'80% utilizza fonti energetiche non rinnovabili.

Segue l'area rifiuti con il 56%, l'area approvvigionamenti con il 47% di risposte positive l'area formazione-educazione ambientale con il 44% ed infine l'area trasporti con il 22%. Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti occorre sottolineare che la percentuale del 55% si riferisce al 79% delle strutture esaminate per le quali il Comune ha attivato il servizio di raccolta differenziata.



Fonte: elaborazioni ANPA su dati Federalberghi

**Fig. 5.2.1 Risultati indagine sulle modalità di gestione del servizio offerto dalle strutture alberghiere**

Le informazioni pervenute tramite il questionario hanno consentito di definire la tipologia del servizio offerto dai 32 campeggi. I risultati sono evidenziati nella tabella 5.2.3.

**Tab. 5.2.3 Caratteristiche del servizio offerto dai campeggi**

<i>Tipologia di servizio</i>	<i>Presenza nelle Province campione</i>
Supermarket	100%
Ristorante	40%
Attività ricreative e sportive	22%

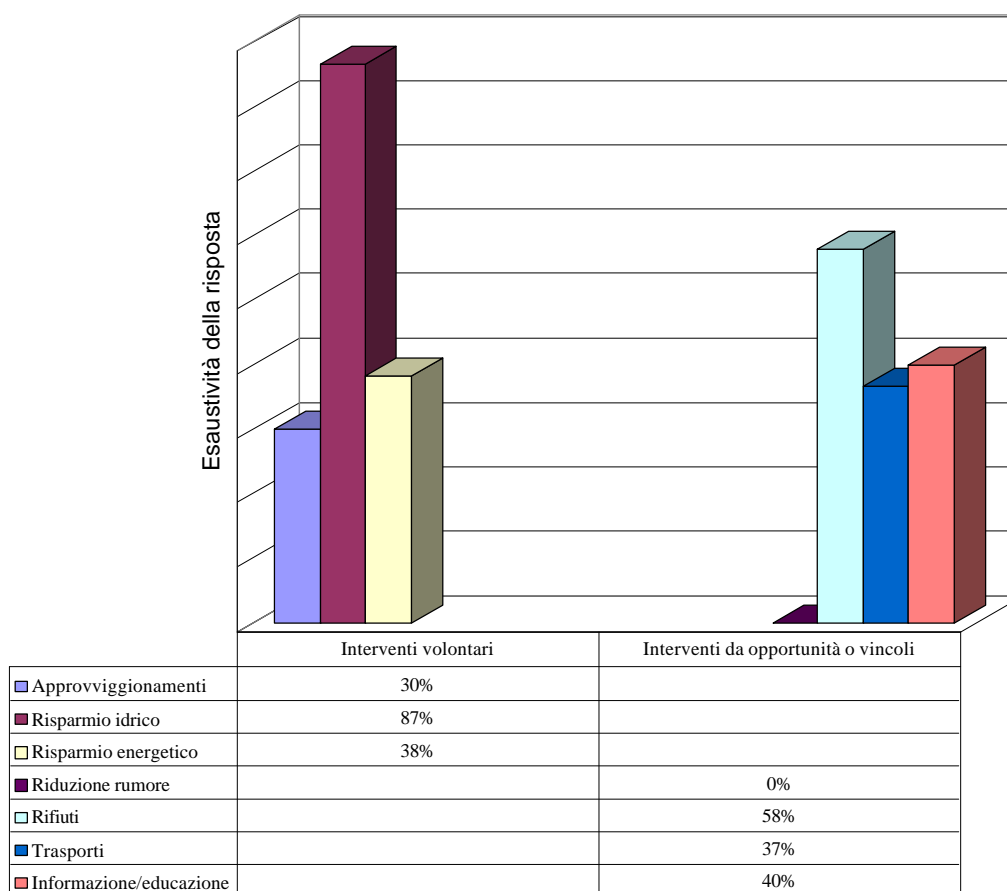
Campione 32 campeggi

Fonte: Elaborazioni ANPA su dati FAITA

Nella fig. 5.2.2 sono esposti i risultati dell'indagine sulle modalità di gestione relative ai campeggi.

Dal grafico è possibile evidenziare la quasi completa esaustività delle risposte per quanto riguarda le modalità di gestione dell'acqua e valori significativamente minori per gli altri

ambiti. Da segnalare l'assenza di misure legate al rumore, essendo situati i campeggi per la quasi totalità dei casi in aree extra-urbane.



Fonte: elaborazioni ANPA su dati FAITA

**Fig. 5.2.2 Risultati indagine sulle modalità di gestione del servizio offerto dai campeggi**

Il campione di risposte potrebbe includere una percentuale maggiore rispetto all'universo italiano di esercizi attivi verso la variabile ambientale, essendo il sottoporre il questionario già un'azione selettiva verso operatori che hanno sviluppato una sensibilità nei confronti di tali tematiche.

La numerosità delle risposte pervenute rappresenta comunque un indicatore positivo sull'avvio di un processo di sensibilizzazione degli operatori e di adeguamento delle strutture al rispetto dell'ambiente.

## **6. La fattibilità tecnica**

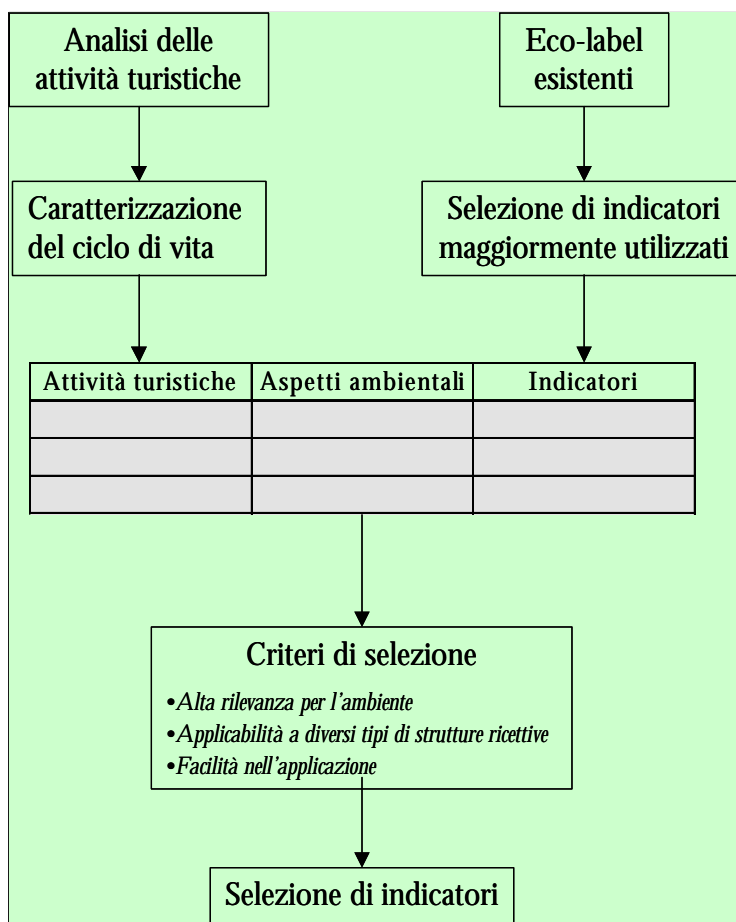
Come già specificato nel paragrafo 3, per fattibilità tecnica si intende l'insieme delle condizioni necessarie per l'applicazione del marchio di qualità ambientale: presenza di indicatori, presenza di tecniche e tecnologie che consentano miglioramenti ambientali, presenza di significativi margini di miglioramento ambientale dell'attuale situazione, presenza di vantaggi e opportunità economiche e commerciali per coloro che ottengono un marchio di qualità ambientale.

Nei paragrafi seguenti sono riportati i risultati delle analisi sulle differenti condizioni di fattibilità.

### **6.1 *Presenza di indicatori***

L'individuazione di indicatori utilizzabili per l'assegnazione dell'Ecolabel europeo è stata svolta verificando la loro efficacia nella valutazione delle prestazioni nelle fasi del ciclo di vita ambientalmente rilevanti.

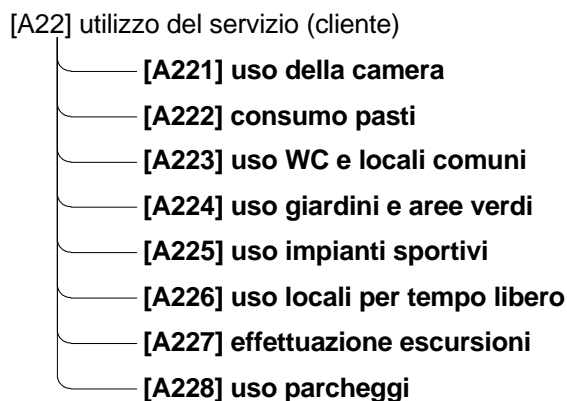
La figura 6.1.1 riporta uno schema del flusso logico seguito.



**Fig. 6.1.1 Schema di individuazione indicatori**

Partendo da un'analisi dei marchi di qualità ambientale esistenti a livello europeo nel settore del turismo, sono stati identificati 12 Eco-label come maggiormente rappresentativi e selezionati gli indicatori maggiormente utilizzati.

Contestualmente sono state analizzate le attività delle quali si compone il servizio turistico attraverso una prima caratterizzazione del ciclo vita del servizio. La fig. 6.1.2 mostra un esempio della scomposizione del servizio turistico in attività elementari raggruppate nelle tre fasi del ciclo di vita del servizio (cfr. in allegato 1 il ciclo di vita del servizio completo).



**Fig. 6.1.2 Esempio di scomposizione in attività elementari del ciclo di vita del servizio turistico offerto dalle strutture ricettive**

Così come esemplificato nella fig. 6.1.1 per ogni attività elementare sono stati considerati gli aspetti ambientali (cfr. tab. 6.1.1) e successivamente per ogni aspetto ambientale considerati gli indicatori di riferimento (cfr. tab. 6.1.2).

**Tab. 6.1.1 Esempio di aspetti ambientali collegati ad una attività turistica elementare**

<i>Attività turistiche</i>	<i>Aspetti ambientali</i>
[A221] Uso della camera da parte del cliente	Emissioni in acqua
	Produzione di rifiuti
	Consumo di energia
	Consumo di risorse naturali
	Emissioni gas serra
	Emissioni sostanze lesive ozono
	Igiene e sicurezza ambientale
	Emissioni sonore

**Tab. 6.1.2 Esempio di indicatori collegati ad un singolo aspetto ambientale dell'attività [A221] Utilizzo della camera da parte del cliente**

<i>Aspetti ambientali</i>	<i>Indicatori</i>
Consumo di energia	Manutenzione regolare degli impianti di riscaldamento e tenuta del registro in conformità alle normative in vigore
	Procedure di risparmio energetico (TV non in stand-by, interruttori a tempo, ecc.)
	Sistema di quantificazione del consumo energetico (carburanti solidi, liquidi, grassi, elettricità, teleriscaldamento)
	Uso di lampade a risparmio energetico, interruttori a tempo, cellule fotoelettriche
	Utilizzo del regolatore dell'impianto di riscaldamento in relazione alle condizioni atmosferiche

L'analisi ha portato all'individuazione di una lista di circa 200 indicatori successivamente selezionati in base ai seguenti criteri:

- elevata rilevanza per l'ambiente
- applicabilità a molte tipologie di strutture ricettive
- facilità nell'applicazione da parte delle imprese.

Gli indicatori selezionati (si veda allegato 2) risultano appartenere a tre tipologie:

1. indicatori gestionali
2. indicatori strutturali
3. indicatori prestazionali.

Gli indicatori gestionali sono legati alla presenza di pratiche idonee a controllare gli aspetti ambientali nella prassi quotidiana di erogazione del servizio (ad esempio, assegnazione di responsabilità per gli aspetti di protezione ambientale ad un responsabile del personale).

Gli indicatori strutturali sono legati alle caratteristiche tecniche delle strutture che erogano il servizio e si collegano alla presenza di elementi principalmente idonei ad introdurre risparmi energetici e di risorse (ad esempio, acquisto di prodotti regionali, procedure per il risparmio energetico).

Gli indicatori prestazionali invece misurano i risultati numerici reali delle buone pratiche introdotte nella gestione del servizio (ad esempio, consumo di acqua potabile, di energia, ecc.).

## **6.2 Presenza di tecniche e tecnologie per il miglioramento ambientale**

Un marchio di qualità ambientale come l'Ecolabel è un marchio selettivo e pertanto devono essere presenti reali condizioni che consentano di differenziare ambientalmente le diverse modalità di erogazione del servizio. In pratica per valutare la convenienza d'introdurre un marchio ambientale non è sufficiente valutare il carico ambientale complessivo del servizio, ma occorre vedere se sono disponibili “buone pratiche” per mitigare tale carico e se queste sono idonee ad apportare significativi miglioramenti.

La definizione di buona pratica non è univoca; nel presente lavoro viene intesa come una “prassi superiore ad un valore medio, non necessariamente la migliore”, dove per prassi si intende tutto quello che contribuisce a fornire il servizio turistico.

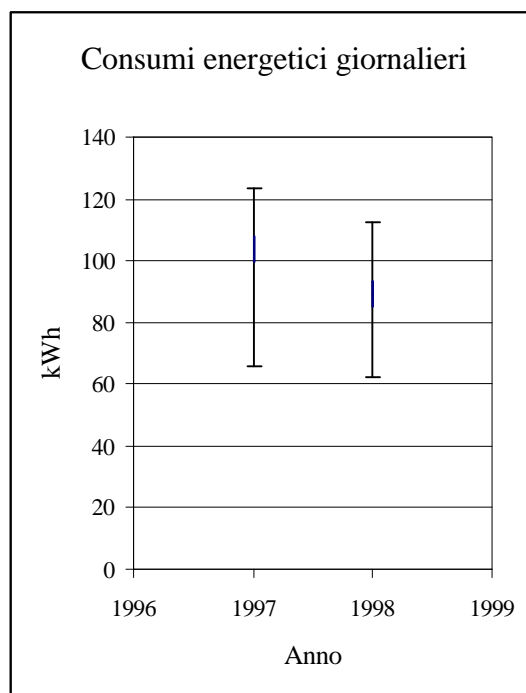
Attraverso una selezione ed analisi di casi positivi provenienti da studi nazionali<sup>iv</sup> ed internazionali<sup>v</sup>, è stato possibile valutare l'efficacia di alcune delle buone pratiche più diffuse. Ad esempio significativi risparmi energetici ed idrici possono essere conseguiti con semplici interventi strutturali:

- l'uso di miscelatori acqua-aria nei servizi igienici, consentirebbe una riduzione nel consumo di acqua del 25%;
- l'utilizzo di lampade a basso consumo, consentirebbe una riduzione del 15% del consumo totale di energia elettrica;
- l'uso di materiale isolante (vetro), consentirebbe un risparmio tra il 5 ed il 10% del consumo totale di energia termica.

La fig. 6.2.1 illustra invece i miglioramenti in termini di risparmio energetico ottenuti da sei strutture ricettive nel Lussemburgo attraverso l'applicazione di misure di risparmio energetico.

È significativo notare che in un solo anno, i valori medi di consumi energetici si sono ridotti di oltre il 10% e che il contributo maggiore al miglioramento è stato dato proprio dalle strutture che l'anno precedente apportavano il consumo maggiore.





**Fig. 6.2.1 Consumi energetici giornalieri per cliente in sei “buone pratiche” del Lussemburgo (Valori medi e distribuzione)**

### **6.3 Presenza di aree di miglioramento**

La valutazione dei contributi in termini ambientali dati dalle buone pratiche è la base per una più ampia valutazione sui complessivi miglioramenti conseguibili a fronte dell'introduzione di uno strumento quale l'Ecolabel.

L'impegno necessario al raggiungimento di obiettivi di sviluppo sostenibile richiede infatti che le risorse impiegate siano rivolte agli strumenti più efficaci e migliori in un bilancio costi-benefici.

Le principali aree di miglioramento analizzate sia per le strutture alberghiere, che per i campeggi, hanno interessato i consumi idrici ed energetici.

La tabella 6.3.1 mostra il confronto tra dati relativi ai consumi idrici ed energetici nelle strutture alberghiere ed i consumi domestici.

Per consentire il confronto tra i consumi nelle strutture ricettive ed i consumi domestici, sono stati considerati i consumi imputabili alle sole attività di pernottamento e ristorazione svolte nelle strutture ricettive<sup>vi</sup>.

Dalla tabella 6.3.1 il consumo idrico per le strutture alberghiere risulta più che doppio rispetto a quello domestico.

Il consumo di acqua nel settore del turismo riferito alle strutture alberghiere è pari a 120 milioni mc/anno<sup>vii</sup>. Considerando un risparmio nei consumi del 10% attraverso l'applicazione di buone pratiche, è ragionevolmente ipotizzabile un risparmio pari a circa 12 milioni di mc/a.

**Tab. 6.3.1 Confronto tra consumi idrici ed energetici nel settore civile e negli alberghi**

	<i>Settore civile</i>	<i>Alberghi (***)</i>	<i>Ratio</i>
<i>Consumi idrici</i>	250 litri/giorno (*)	560 litri/presenza	2.24
<i>Consumi di energia elettrica</i>	10 MJ/giorno (**)	40 MJ/presenza	4

(\*) Fonte: ENEA, 2000

(\*\*) Fonte: ENEL, 1998

(\*\*\*) Fonte: indagine ANPA

Analogamente, il consumo di energia elettrica nel settore turistico riferito alle strutture alberghiere risulta quattro volte quello civile.

Il consumo energetico complessivo degli alberghi italiani è di 9.200 milioni di MJ/anno pari al consumo energetico totale di un quarto della regione Sardegna e all'1% del consumo totale di energia in Italia (1.000.000 milioni MJ/a nel 1999)<sup>viii</sup>.

Introducendo misure di risparmio energetico dell'ordine del 10% derivanti dall'uso di buone pratiche è ragionevolmente ipotizzabile raggiungere risparmio pari a circa 1.000 milioni di MJ/a.

La tabella 6.3.2 evidenzia il confronto tra i consumi idrici ed energetici nel settore civile rispetto a quelli dei campeggi.

**Tab. 6.3.2 Confronto tra consumi idrici ed energetici nel settore civile e nei campeggi**

	<i>Settore civile</i>	<i>Campeggi (***)</i>	<i>Ratio</i>
<i>Consumi idrici</i>	250 litri/giorno (*)	250 litri/giorno	1
<i>Consumi di energia elettrica</i>	10 MJ/giorno (**)	20 MJ/presenza	2

(\*) Fonte: ENEA, 2000

(\*\*) Fonte: ENEL, 1998

(\*\*\*) Fonte: indagine ANPA

Per quanto riguarda i consumi idrici nei campeggi, questo è di 14,5 milioni mc/a pari al 12% del consumo annuale delle strutture alberghiere.

Il consumo registrato è equivalente al consumo domestico e non si prevede quindi un'ipotesi di risparmio significativo.

Per quanto riguarda invece il consumo energetico, nei campeggi risulta doppio di quello domestico, pari a 1.200.000 MJ/a, equivalente allo 0,12 % del consumo totale di energia in Italia.

Considerando un'ipotesi di risparmio di energia del 10% è possibile ipotizzare una riduzione nel consumo di energia elettrica di circa 120.000 MJ/a.

#### **6.4 Presenza di vantaggi economici e commerciali**

La presenza di vantaggi economici e commerciale per coloro che conseguono un marchio di qualità ambientale costituisce una condizione indispensabile per la sua richiesta da parte degli operatori.

La valutazione circa la percezione di un marchio da parte dei consumatori e dei relativi vantaggi commerciali per gli operatori può essere svolta su dati storici riferiti ad iniziative esistenti.

In Italia sono presenti già da alcuni anni marchi locali simili per obiettivi all'Ecolabel europeo.

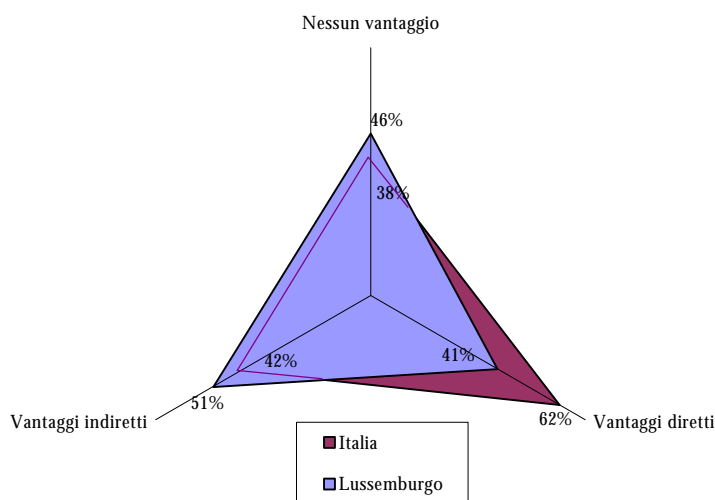
Essi sono il marchio di qualità ambientale “Jesolo per l'ambiente” e il marchio di qualità ambientale di Riccione.

Vista la natura internazionale del turismo si può ragionevolmente considerare che un marchio europeo sia di sicuro più efficace in termini di immagine di un marchio locale a carattere regionale. Dati riferiti a questi ultimi possono quindi essere considerati come valide indicazioni per l'Ecolabel europeo.

La fig. 6.4.1 evidenzia i risultati dell'indagine effettuata in Italia su di un campione di 16 alberghi.

I vantaggi apportati da un marchio selettivo sono in primo luogo diretti, legati agli aspetti commerciali, dovuti all'aumento della clientela per il miglioramento dell'immagine aziendale. In aggiunta vanno considerati anche i cosiddetti vantaggi indiretti, legati a vantaggi economici per una migliore gestione che si manifestano quando un'azienda attua miglioramenti ambientali: riduzione dei costi legati all'uso di risorse, minori passività ambientali, minori costi per lo smaltimento dei rifiuti, ecc.

Tenuto conto che i marchi regionali possono essere a volte poco indicativi di alcune realtà europee e che è utile calibrare le valutazioni rispetto al mercato europeo, sono stati inoltre utilizzati per confronto alcuni dati di letteratura sul marchio lussemburghese (cfr. fig. 6.4.1).



**Fig. 6.4.1 Indagine sulla presenza di vantaggi economici e commerciali nell'uso dei marchi (percentuale di esercizi che dichiarano vantaggi)**

I risultati dell'indagine mostrano che in Italia il 62% degli esercizi dichiara di aver avuto vantaggi dall'adozione del marchio, espressi come vantaggi diretti.

L'indagine sul marchio lussemburghese riporta invece un minore riscontro della convenienza nell'adozione del marchio (54%) con prevalenza di vantaggi indiretti (51%).

## 7. Conclusioni

I risultati ottenuti consentono di dare una risposta positiva alle domande principali su cui si è basata l'analisi di fattibilità (cfr. fig. 3.1).

Esiste una domanda potenzialmente interessata nel fare riferimento ad un marchio europeo di qualità ambientale per il servizio turistico.

Vi sono situazioni interne all'attuale sistema di offerta turistica che permettono di considerarla un potenziale bacino di utenti del marchio.

Esistono le condizioni tecniche necessarie quali significativi margini di miglioramento raggiungibili con tecnologie e modalità di gestione disponibili e facilmente attuabili.

I miglioramenti di qualità ambientale ottenibili sono quantificabili e monitorabili mediante l'utilizzo di indicatori.

Esperienze di conseguimento di marchi di qualità ambientale dimostrano l'esistenza per gli operatori di reali vantaggi economici e commerciali.

I risultati ottenuti, consentono inoltre di dare una prima idea di come potrebbe essere strutturato il marchio europeo.

Sicuramente, l'attenzione va incentrata sulle attività di pernottamento e ristorazione, mentre le altre attività, quali quelle sportive e ricreative, possono essere rinviate a sviluppi successivi.

È interessante notare come l'analisi di ciclo di vita del servizio valorizzi il concetto di attività e metta in secondo piano le strutture che le erogano.

Questo suggerisce di cercare un sistema di marchio che faccia riferimento come gruppo di prodotti non alla tipologia di struttura (hotel, camping, ecc.) come avviene nella maggioranza dei casi esistenti, ma alla tipologia di servizio (es. pernottamento) con un approccio trasversale rispetto alle strutture.

La fattibilità reale di quest'ultimo approccio potrà essere approfondita nelle successive fasi di sviluppo del sistema.

Ulteriore elemento significativo è il supporto ottenuto nella realizzazione dello studio da parte delle Associazioni di categoria e dagli operatori facenti parte del sistema ricettivo italiano. La collaborazione attiva e spontanea verificatasi è indicativa di un concreto interesse del sistema turistico italiano per tale strumento di miglioramento della qualità ambientale. In particolare, la dimensione europea dell'Ecolabel è stata percepita dagli operatori del settore come valore aggiunto alle iniziative esistenti e come occasione di competitività del sistema italiano rispetto al contesto europeo.

---

<sup>i</sup> ISTAT, Statistiche del turismo, 1998

<sup>ii</sup> Per pressione turistica si intende un indicatore qualitativo derivante dall'incrocio di valori relativi al rapporto tra presenze turistiche/residenti ed alla variabilità mensile delle presenze. La quantificazione dei vari indicatori discende immediatamente dai dati provinciali sulle presenze mensili e dal numero di residenti. Va ricordato che la formula utilizzata per il calcolo del numero di presenze per 1000 residenti-giorno è data da:

$$\left( \frac{P}{365R} \right) 1000$$

dove  $P$  indica le presenze e  $R$  i residenti.

L'indicatore qualitativo di pressione turistica è basato sull'incrocio tra la mediana (ME) e la variabilità (VAR) mensile delle presenze per mille residenti-giorno. Questo poiché rispetto alla media, la mediana è meno influenzata dalla presenza anche di poche province caratterizzate da valori molto elevati o molto bassi della variabile oggetto di studio (nel nostro caso il rapporto tra presenze e residenti). Si ricorda che la mediana è il valore (definito con ME) della variabile oggetto di studio tale che il 50% delle unità analizzate presentano un valore non inferiore a ME (definito appunto valore mediano).

La classificazione è in quattro categorie:

1. Pressione turistica alta, qualora  $ME > ME_{ITALIA}$  e  $VAR < VAR_{ITALIA}$ , dove  $ME_{ITALIA}$  e  $VAR_{ITALIA}$  indicano i valori medi di ME e VAR per il totale Italia. Si tratta del caso di una provincia con una quota di presenze per residente superiore alla mediana nazionale ed una scarsa variabilità mensile di tale quota (che resta dunque in ogni mese stabilmente superiore alla media nazionale, come nel caso di Padova).
2. Pressione turistica medio-alta, qualora  $ME > ME_{ITALIA}$  e  $VAR > VAR_{ITALIA}$ . Si tratta del caso di una provincia con una quota di presenze per residente superiore alla mediana nazionale ma anche molto variabile di mese in mese (basti pensare, ad esempio, alle province caratterizzate da un forte turismo estivo, come Rimini, ma con forti picchi stagionali, per cui la pressione ambientale si concentra in pochi mesi).
3. Pressione turistica medio-bassa, qualora  $ME < ME_{ITALIA}$  e  $VAR > VAR_{ITALIA}$ . Si tratta del caso di una provincia con una quota di presenze per residente inferiore alla mediana nazionale, ma piuttosto variabile di mese in mese e dunque stagionale. E' il caso, ad esempio, di Viterbo.
4. Pressione turistica bassa, qualora  $ME < ME_{ITALIA}$  e  $VAR < VAR_{ITALIA}$ . Si tratta del caso di una provincia con una quota di presenze per residente inferiore alla mediana nazionale e, in particolare, stabilmente inferiore, senza particolari oscillazioni mensili. E' il caso, ad esempio, di Campobasso.

<sup>iii</sup> Federalberghi, 2000.

<sup>iv</sup> ENEA, 2000, Indicatori di prestazione ambientale nella gestione dei servizi turistici, Rapporto tecnico Dip.to Ambiente RT-AMB-1/2000, di L. Andriola, M.V. Seminara.

ENEA, 2000, Applicazione del sistema comunitario di ecogestione ed audit (EMAS) alle strutture alberghiere – “Il caso studio del Jolly Hotel”, Rapporto tecnico Dip.to Ambiente RT-AMB-2/2000, di L. Andriola, V. Maida, M.V. Seminara.

<sup>v</sup> Ecotrans, 2000.

<sup>vi</sup> Il rapporto FEMATOURL (Studio di fattibilità europeo) riporta un consumo energetico per le strutture ricettive che va dai 120 ai 300 MJ/presenza in funzione della stagione; riporta, inoltre, una ripartizione per le varie utenze:

Riscaldamento	13%
Condizionamento	35%
Ristorazione	25%
Riscaldamento acqua	13%
Illuminazione	7%
Altro (trasporto)	7%

Consumi aggiuntivi sono per la gestione di piscina: 26 MJ/presenza.

<sup>vii</sup> Stime ANPA.

<sup>viii</sup> ENEL, 1998.

**APPENDICE – DOMANDA TURISTICA: DATI ISTAT E CIRM**

L'elaborazione ANPA ha seguito il seguente criterio di aggregazione delle classi ISTAT:

Molto = Presente

Abbastanza = Parzialmente presente

Non sa = Incerto

Poco / per nulla = Non presente

Di seguito sono riportati i dati originari dell'indagine ISTAT e l'elaborazione ANPA

Per la salvaguardia dell'ambiente sono state individuate delle azioni/misure... Quanto gradirebbe che queste misure/azioni venissero adottate da un albergo o, in generale, da una struttura ricettiva? (Fig. 4.1)			
Dati ISTAT*		Elaborazione ANPA	
Molto	71,5%	Presente	71%
Abbastanza	20,6%	Parzialmente presente	21%
Poco	1,8%	Non presente	3%
Per nulla	0,9%		
Non sa	5,2%	Incerto	5%

\* Base: 47 milioni 50 mila italiani maggiorenni

Un albergo, o in generale una struttura ricettiva, che decide di adottare misure per la salvaguardia dell'ambiente produce un generale miglioramento nella qualità del servizio offerto ai clienti? (Fig. 4.2)			
Dati ISTAT*		Elaborazione ANPA	
Molto	52,6%	Presente	53%
Abbastanza	31,0%	Parzialmente presente	31%
Poco	5,2%	Non presente	8%
Per nulla	2,7%		
Non sa	8,5%	Incerto	8%

\* Base: 47 milioni 50 mila italiani maggiorenni

Quanto ritiene opportuno che gli alberghi, e in generale le strutture ricettive, che adottino misure per la salvaguardia dell'ambiente vengano riconosciute con un marchio di qualità ambientale certificato da un'Autorità pubblica nazionale o dell'Unione europea? (Fig. 4.3)			
Dati ISTAT*		Elaborazione ANPA	
Molto	66,1%	Presente	66%
Abbastanza	22,7%	Parzialmente presente	23%
Poco	3,0%	Non presente	5%
Per nulla	1,5%		
Non sa	6,7%	Incerto	7%

\* Base: 47 milioni 50 mila italiani maggiorenni

**APPENDICE – DOMANDA TURISTICA: DATI ISTAT E CIRM**

Per le figg. 4.4 e 4.5 relative a dati CIRM e ISTAT il criterio di aggregazione delle classi è il seguente:

Molto = Primario

Abbastanza = Secondario

Poco / Per nulla / Non sa = Non Considerato

Pensando a questa sua ultima vacanza, nella scelta della struttura ricettiva quanto per lei è stato importante <b>(Fig. 4.4)</b>					
<b>Dati CIRM*</b>	<i>Molto</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>Poco</i>	<i>Per nulla</i>	<i>Non sa</i>
Il prezzo	34,6%	42,9%	9,3%	5%	8,2%
La vicinanza a zone di interesse ambientale	45,6%	30,5%	8,4%	6,8%	8,7%
La varietà del servizio offerto	37,7%	35,2%	10,3%	8,5%	8,3%
La vicinanza all'attività di interesse	39,2%	32,7%	12,3%	7%	8,8%
Una gestione del servizio che rispettasse l'ambiente	32,4%	30%	11,4%	11,6%	14,6%
<b>Elaborazione ANPA</b>	<i>Primario</i>	<i>Secondario</i>	<i>Non Considerato</i>		
Il prezzo	35%	43%	22%		
La vicinanza a zone di interesse ambientale	45%	31%	24%		
La varietà del servizio offerto	38%	35%	27%		
La vicinanza all'attività di interesse	39%	33%	28%		
Una gestione del servizio che rispettasse l'ambiente	32%	30%	38%		

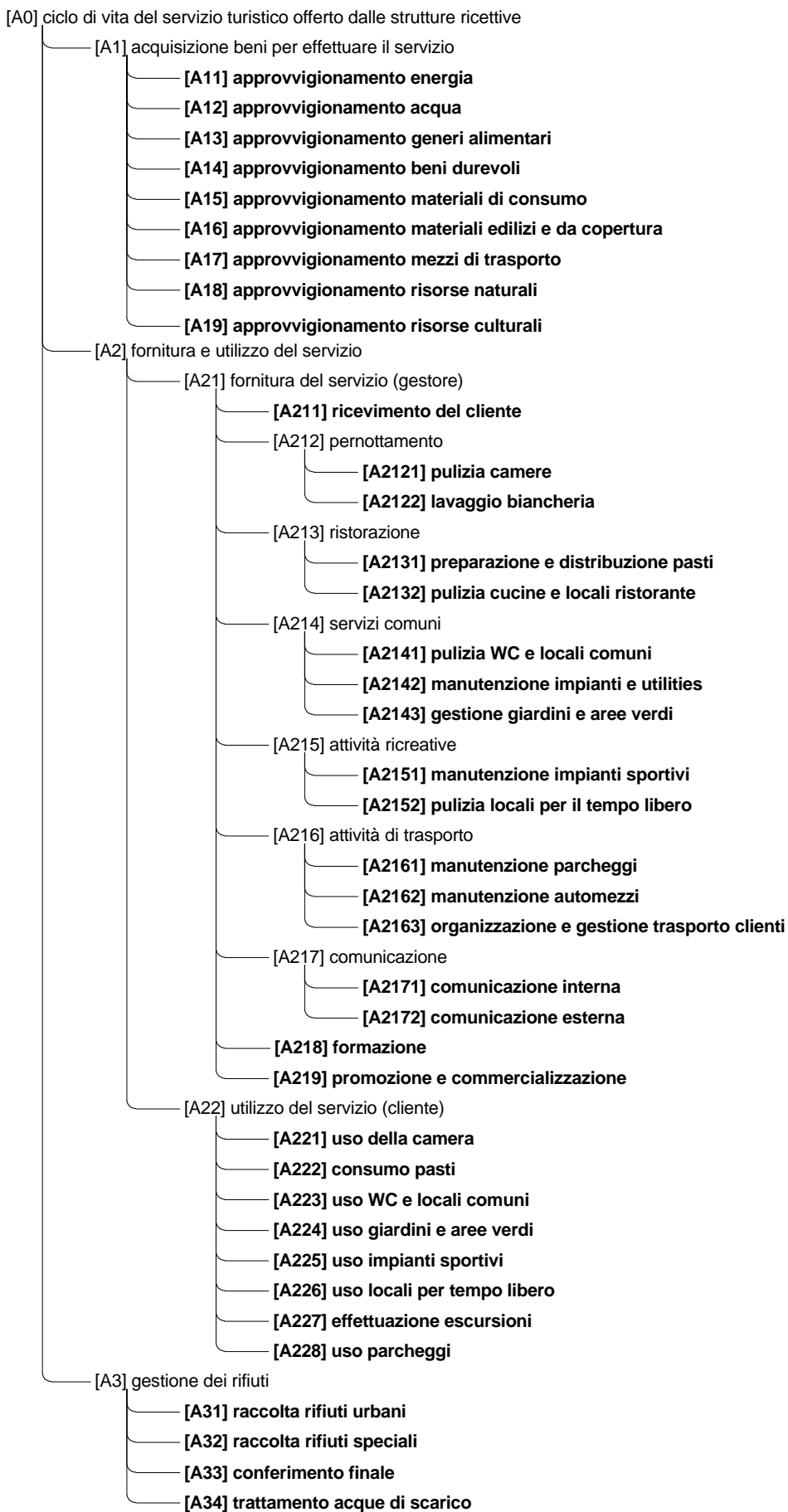
\* Base: 423 italiani che hanno effettuato una vacanza in Italia con pernottamenti presso strutture ricettive

Nel viaggio da lei effettuato, nella scelta della struttura ricettiva quanto per lei è stato importante <b>(Fig. 4.5)</b>					
<b>Dati ISTAT*</b>	<i>Molto</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>Poco</i>	<i>Per nulla</i>	<i>Non sa</i>
Il prezzo	24,8%	31,4%	13,8%	15,3%	14,6%
La vicinanza a zone di interesse ambientale	28,0%	14,1%	9,9%	35,8%	12,1%
La varietà del servizio offerto	25,4%	19,5%	13,2%	28,3%	13,5%
La vicinanza all'attività di interesse	35,8%	17,3%	9,9%	24,9%	12,1%
Una gestione del servizio che rispettasse l'ambiente	15,4%	15,1%	13,7%	35,5%	20,4%
<b>Elaborazione ANPA</b>	<i>Primario</i>	<i>Secondario</i>	<i>Non Considerato</i>		
Il prezzo	25%	31%	44%		
La vicinanza a zone di interesse ambientale	28%	14%	58%		
La varietà del servizio offerto	25%	20%	55%		
La vicinanza all'attività di interesse	36%	17%	47%		
Una gestione del servizio che rispettasse l'ambiente	15%	15%	70%		

\* Base: 12milioni 250 mila viaggi in Italia con pernottamento in strutture ricettive effettuati da italiani di 18 anni e più nel periodo Gennaio-Giugno 2000.



# ALLEGATO 1 - CICLO DI VITA DEL SERVIZIO TURISTICO OFFERTO DALLE STRUTTURE RICETTIVE



## **INDICATORI GESTIONALI**

### **Indicatori relativi alla fase “FORNITURA E UTILIZZO DEL SERVIZIO”**

#### **1. Presenza di azioni di formazione e sensibilizzazione dello staff**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A218 – Formazione A2171 – Comunicazione interna	Tutti

#### **2. Presenza di azioni di informazione e sensibilizzazione dei clienti**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A218 – Formazione A219 – Promozione e commercializzazione A2172 – Comunicazione esterna	Tutti

#### **3. Presenza di un responsabile per la gestione ambientale**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A2171 – Comunicazione interna	Tutti

#### **4. Presenza di un registro delle misure di prestazione ambientale (vedasi indicatori prestazionali)**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
Tutte	Tutti

## **INDICATORI STRUTTURALI**

### **Indicatori relativi alla fase “ACQUISIZIONE BENI PER EFFETTUARE IL SERVIZIO” (molti di essi influenzano anche la fase successiva)**

#### **5. Acquisto di lampade a basso consumo energetico**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A15 – Approvvigionamento materiali di consumo	Consumo di energia

#### **6. Acquisto di prodotti regionali**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A13 – Approvvigionamento generi alimentari A14 – Approvvigionamento beni durevoli A15 – Approvvigionamento materiali di consumo A16 – Approvvigionamento materiali edilizi e da cop.	Emissioni in aria Consumo di energia Consumo di risorse Emissioni gas serra Aspetti sociali e culturali

**ALLEGATO 2 – LISTA DI INDICATORI SELEZIONATI**

**7. Acquisto di carta riciclata per uffici, servizi, cucine**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A15 – Approvvigionamento materiali di consumo	Emissioni in acqua Consumo di risorse Consumo di energia Produzione di rifiuti

**8. Acquisto di prodotti in contenitori di dimensioni adeguate e/o a rendere**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A13 – Approvvigionamento generi alimentari A15 – Approvvigionamento materiali di consumo	Consumo di risorse Consumo di energia Produzione di rifiuti Emissioni gas serra

**9. Acquisto di prodotti alimentari da agricoltura biologica**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A13 – Approvvigionamento generi alimentari	Emissioni in acqua Consumo di risorse Uso/conservazione del suolo Biodiversità Aspetti sociali e culturali

**10. Installazione di sistemi a doppio flusso nei WC**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A14 – Approvvigionamento beni durevoli	Consumo di energia Consumo di risorse

**11. Installazione di miscelatori per docce e lavandini**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A14 – Approvvigionamento beni durevoli	Consumo di energia Consumo di risorse

**12. Divieto di acquisto di deodoranti per i servizi igienici**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A15 – Approvvigionamento materiali di consumo	Produzione di rifiuti Uso/conservazione del suolo

**13. Divieto di acquisto di pesticidi e fertilizzanti artificiali**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A15 – Approvvigionamento materiali di consumo	Consumo di energia Consumo di risorse Biodiversità Uso/conservazione del suolo Emissioni in acqua

**ALLEGATO 2 – LISTA DI INDICATORI SELEZIONATI**

**14. Divieto di acquisto prodotti contenenti CFC, HCFC e Halon**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A15 – Approvvigionamento materiali di consumo	Emissioni in aria Emissioni gas serra

**Indicatori relativi alla fase “FORNITURA E UTILIZZO DEL SERVIZIO”**

**15. Presenza di procedure di risparmio nell’uso dei detersivi**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A2121 – Pulizia camere	Emissioni in acqua
A2122 – Lavaggio biancheria	Consumo di risorse
A2132 – Pulizia cucine e locali ristorante	
A2141 – Pulizia WC e locali comuni	
A2152 – Pulizia locali per il tempo libero	

**16. Presenza di procedure di risparmio energetico (no TV in stand-by, interruttori a tempo)**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A221 – Uso della camera	Consumo di energia
A223 – Uso WC e locali comuni	
A224 – Uso locali per tempo libero	

**17. Attuazione di un servizio di trasporto per i clienti in arrivo con mezzi pubblici**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A211 – Ricevimento del cliente	Consumo di energia
A2163 – Organizzazione e gestione trasporto clienti	Emissioni in aria Emissioni gas serra

**18. Assenza di somministrazione cibi in porzioni imballate individualmente**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A2131 – Preparazione e distribuzione pasti	Consumo di energia Consumo di risorse Produzione di rifiuti

**19. Presenza di procedure di controllo dell’efficienza termica della struttura**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A2142 – Manutenzione impianti e utilities	Consumo di energia Consumi di risorse Emissioni in aria

**Indicatori relativi alla fase “GESTIONE DEI RIFIUTI”**

**20. Presenza di sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A31 – Raccolta rifiuti urbani	Produzione di rifiuti
A32 – Raccolte rifiuti speciali	Uso/conservazione del suolo
A33 – Conferimento finale	

**21. Presenza di sistemi di recupero grassi e oli usati**

<i>Attività principali di riferimento</i>	<i>Aspetti ambientali principali di riferimento</i>
A32 – Raccolte rifiuti speciali	Produzione di rifiuti
A33 – Conferimento finale	Uso/conservazione del suolo

**INDICATORI PRESTAZIONALI**

**22. Consumo di energia elettrica, termica, meccanica (MJ/presenza)**

**23. Consumo d’acqua potabile (litri/presenza)**

**24. Consumo di detersivi e altri prodotti chimici (gr/presenza)**

**25. Produzione di rifiuti (kg/presenza)**