

# Linee Guida su EMAS ed Ecolabel UE nel settore del Turismo

Delibera del Consiglio Federale, Seduta del 15.03.2016. Doc. n. 70/CF





# Linee Guida su EMAS ed Ecolabel UE nel settore del Turismo

---

Delibera del Consiglio Federale. Seduta del 15.03.2016. Doc. n. 70/CF

---

## **Informazioni legali**

Il Consiglio Federale, istituito presso l'ISPRA con il compito di promuovere lo sviluppo coordinato del Sistema Agenziale (ISPRA/ARPA/APPA) nonché per garantire omogeneità nello svolgimento dei compiti istituzionali delle agenzie e di ISPRA stessa, ha deciso con la Delibera del 29 maggio 2012, di contraddistinguere i prodotti editoriali e le iniziative frutto delle attività congiunte a carattere nazionale dell'ISPRA e delle Agenzie ambientali, con la denominazione *Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente* e un nuovo logo rappresentativo.

L'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA), le Agenzie Regionali per la Protezione dell'Ambiente (ARPA), le Agenzie Provinciali per la Protezione dell'Ambiente (APPA) e le persone che agiscono per loro conto non sono responsabili per l'uso che può essere fatto delle informazioni contenute in questo Rapporto.

**ISPRA** - Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale  
Via Vitaliano Brancati, 48 – 00144 Roma  
[www.isprambiente.gov.it](http://www.isprambiente.gov.it)

ISPRA, Manuali e Linee Guida 134/2016  
ISBN 978-88-448-0769-6

Riproduzione autorizzata citando la fonte

**Elaborazione grafica**  
ISPRA

*Grafica di copertina:* Franco Iozzoli  
*Foto di copertina:* Paolo Orlandi

## **Coordinamento editoriale:**

Daria Mazzella  
**ISPRA** – Settore Editoria

20 aprile 2016

---

## **AUTORI**

### **Tavolo di lavoro:**

#### **ISPRA (Coordinatore)**

(Raffaella Alessi, Mara D'Amico, Marina Masone)

#### **APPA BOLZANO**

(Barbara Bertossi)

#### **ARPA BASILICATA**

(Maria Angelica Auletta)

#### **ARPA CALABRIA**

(Cristiana Simari Benigno)

#### **ARPAE EMILIA ROMAGNA**

(Paola Silingardi, Helga Tenaglia, Emanuela Venturini)

#### **ARPA FRIULI VENEZIA GIULIA**

(Roberto Sbruazzo)

#### **ARPA SICILIA**

(Salvatore Giarratana)

#### **APPA TRENTO**

(Marco Niro, Franca Polla)

#### **ARPA VENETO**

(Anna Franceschini, Riccardo Quaggiato)

### **Ringraziamenti**

Si ringraziano tutte le ARPA per i contributi forniti e la fattiva collaborazione garantita in fase di redazione ed approvazione del documento finale.

---

# INDICE

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>6</b>
<b>1. SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E TURISMO SOSTENIBILILE .....</b>	<b>6</b>
<b>2. PERCORSI DI GOVERNANCE TERRITORIALE ED AMBIENTALE IN AMBITI TURISTICI.....</b>	<b>7</b>
<b>3. APPLICAZIONE DEI REGOLAMENTI EMAS ED ECOLABEL UE NELL'AMBITO DELLA PA E DEL TURISMO E MODELLI DI GOVERNANCE TERRITORIALE .....</b>	<b>9</b>
<b>4. INIZIATIVE INTRAPRESE DA ISPRA .....</b>	<b>12</b>
<b>5. INIZIATIVE INTRAPRESE DALLE ARPA/APPA .....</b>	<b>17</b>
<b>6. SVILUPPI FUTURI .....</b>	<b>20</b>
<b>ALLEGATO I .....</b>	<b>22</b>
<b>ALLEGATO II .....</b>	<b>24</b>

---

## INTRODUZIONE

Il presente documento mira a favorire la diffusione degli strumenti volontari promossi dall'UE EMAS ed Ecolabel UE nel settore turistico italiano partendo dagli obiettivi del quadro di azione comunitario del turismo europeo e dalle iniziative di successo già realizzate.

Scopo del presente documento è mettere a disposizione di tutti gli *attori* coinvolti nei piani di promozione dei territori a vocazione turistica una guida tecnico/operativa che, oltre ad evidenziare i vantaggi dell'utilizzo integrato degli strumenti di certificazione ambientale per la qualificazione dell'offerta turistico-ricettiva, passi in rassegna, in maniera critica, le principali iniziative intraprese nel corso degli anni dalla Commissione Europea, da ISPRA, dalla Rete delle ARPA/APPA, anche in collaborazione con altri soggetti.

## 1. SOSTENIBILITA' AMBIENTALE E TURISMO SOSTENIBILE

Il turismo, settore che pesa per circa il 10% sul PIL europeo, è il terzo comparto a maggiore potenziale di crescita economica dell'Unione, un potente motore di sviluppo locale ed occupazionale dei Paesi Europei.

Tuttavia, gli impatti negativi correlati allo sviluppo dell'impresa turistica, ritenuta erroneamente fino agli anni '50- '60 una *smokeless industry*, hanno fatto emergere col tempo la necessità di riuscire a governarne i flussi e le attività in un'ottica di sviluppo sostenibile.

Si è reso, quindi, necessario ripensare il turismo in chiave ecologica e, nel 1988, sulla scorta della definizione di sviluppo sostenibile contenuta nel rapporto Brundtland, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) ha definito sostenibili le attività turistiche “*quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale ed artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche*”.

Ma è sostanzialmente dal Summit della Terra di Rio De Janeiro del 1992 che si inizia a parlare della programmazione turistica come una delle aree di intervento ai fini della realizzazione di uno sviluppo sostenibile. In tale ambito si pongono anche le basi per la successiva realizzazione, da parte della Federazione Europarc, della Carta Europea del Turismo Sostenibile, che contiene principi e linee guida per un turismo che rispetti l'ambiente, le risorse culturali dei luoghi e che punti ad “educare” il turista al rispetto e alla comprensione dei valori e delle tradizioni degli abitanti dei luoghi visitati e alla cura dell'ambiente locale. Tale strumento rientra, altresì, nelle priorità del programma di azioni “*Parks for life*” dell'Unione Mondiale per la Conservazione della Natura (UICN) e si conforma ai principi enunciati dalla Carta Mondiale del turismo sostenibile, elaborata a Lanzarote nel 1995.

Secondo l'OMT<sup>1</sup>, un processo di *turismo sostenibile* richiede una partecipazione consapevole ed informata di tutti gli *stakeholder*, una forte *leadership* politica ed un'ampia partecipazione pubblica promotrice di un largo consenso.

A partire dal 2001, in virtù dell'importanza che il turismo riveste nelle economie dell'Unione Europea e del Mediterraneo in particolare, il Parlamento e la Commissione Europea hanno affermato una rinnovata strategia per lo sviluppo del turismo europeo, in attuazione degli obiettivi di crescita e di occupazione del trattato di Lisbona e dei principi internazionali di sostenibilità<sup>2</sup>.

Il 19 ottobre 2007, “L'Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo”<sup>3</sup> ha segnato l'avvio ufficiale della programmazione per un turismo europeo sostenibile e competitivo che si pone come obiettivi la prosperità economica, l'equità e la coesione sociale, la tutela dell'ambiente e della cultura.

In linea con il Trattato di Lisbona e con gli impegni ratificati dai ministri dell'UE, nella conferenza di Madrid del 14 aprile 2010, è stato definito il nuovo quadro di azione comunitario sul turismo europeo<sup>4</sup> che include, tra l'altro, lo sviluppo di una gestione sostenibile delle destinazioni (sviluppando reti e progetti europei e azioni di sensibilizzazione) e delle imprese (certificazioni ambientali).

---

<sup>1</sup> Guida degli indicatori di sviluppo sostenibile per le destinazioni turistiche. Definizione concettuale, UNWTO, 2004

<sup>2</sup> COM(2006) 134 def. del 17.03.2006, Rinnovare la politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo;

<sup>3</sup> COM(2007) 621 def. del 19.10.2007, Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo. L'Agenda rappresenta un complemento per l'attuazione della strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione (Cfr. COM (2005) 24 def. del 2.2.2005) e della strategia rinnovata dell'UE per lo sviluppo sostenibile, adottata dal Consiglio europeo il 15/16 giugno 2006.

<sup>4</sup> COM(2010) 352/3, *L'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo*, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo ed al Comitato delle Regioni.

---

Per quanto attiene la certificazione ambientale delle imprese turistiche, secondo una ricerca condotta nel 2000/2001 da ECOTRANS<sup>5</sup> per conto della WTO (Organizzazione Mondiale del Turismo), l'Europa dispone di più programmi di certificazione "verde" di qualsiasi altro continente. Negli anni '80 e '90, sulla spinta delle prime avvisaglie della questione ambientale e della relativa sensibilizzazione dell'opinione pubblica, un numero crescente di associazioni turistiche, associazioni di consumatori e istituzioni, ha prestato particolare attenzione al fenomeno del turismo ecologico, attuando o promuovendo iniziative in questo campo sia a livello privato (ISO), sia a livello pubblico, con interventi dei singoli Stati Membri e della stessa Unione Europea.

Quest'ultima, oggi, affida alla certificazione ambientale volontaria un ruolo strategico nelle politiche di sviluppo sostenibile e, nel campo degli accordi volontari promossi dall'UE, i Regolamenti EMAS (1221/2009) ed Ecolabel (66/2010) costituiscono gli strumenti che danno maggiori garanzie di credibilità, trasparenza, dialogo.

L'obiettivo di EMAS consiste nel promuovere miglioramenti costanti delle prestazioni ambientali delle diverse attività economiche incrementando nel contempo l'attitudine alla trasparenza da parte dei Soggetti Gestori di dette attività. Tramite la dichiarazione ambientale e la registrazione, infatti, l'organizzazione rende trasparente al pubblico la sua situazione ambientale nonché i trend di miglioramento delle proprie prestazioni. In particolare, l'applicabilità di EMAS al settore della Pubblica Amministrazione (PA) come ad esempio Comuni, Comunità montane, Enti Parco e poli turistici, introdotta con EMAS II, rappresenta uno strumento fondamentale per la valorizzazione di un territorio a vocazione turistica. L'adesione da parte della Pubblica Amministrazione ad EMAS offre infatti l'opportunità di dotarsi di un sistema di gestione ambientale garantendo, tramite la Dichiarazione Ambientale nonché il logo EMAS, un'efficace divulgazione dell'informazione e dell'impegno nei confronti dell'ambiente a tutti i portatori di interesse.

L'Ecolabel UE è il marchio europeo di certificazione ambientale di prodotti e servizi (questi ultimi introdotti a partire dal 2000 con Ecolabel II) che attesta il rispetto di specifici requisiti di impatto ambientale, durante l'intero ciclo di vita. I criteri ecologici sono definiti tramite Decisioni della Commissione dopo un'ampia consultazione di tutte le parti interessate. Nel caso del turismo, la Commissione ha approvato le Decisioni n. 2003/287/CE per i servizi di ricettività turistica e n. 2005/338/CE per il servizio di campeggio in cui sono definiti i criteri per:

- limitare i consumi di energia e di acqua;
- limitare la produzione di rifiuti;
- stimolare l'uso di risorse rinnovabili e di sostanze meno pericolose per l'ambiente;
- promuovere la comunicazione e l'educazione ambientale.

Tali Decisioni sono state revisionate ed aggiornate nel 2009 (Dec. n. 2009/578/CE e Dec. n. 2009/564/CE, rispettivamente).

## **2. PERCORSI DI GOVERNANCE TERRITORIALE ED AMBIENTALE IN AMBITI TURISTICI**

Sebbene negli ultimi 20 anni si sia progressivamente ridotta, a livello mondiale, la quota di turismo che interessa l'Italia ed il rapporto PIL(turismo)/PIL(nazionale) sia passato dal 5,6% del 1990 al 4,1% del 2010 con una tendenza all'ulteriore decrescita stimata nella misura del 3,7% per il 2020<sup>6</sup>; molti studi recenti di settore individuano tra le linee d'intervento prioritarie per duplicare l'incidenza del turismo:

- un miglioramento dei servizi offerti e dei relativi standard qualitativi, certificabili a livello nazionale ed internazionale da Enti ed organizzazioni riconosciute, quali ad esempio la certificazione volontaria EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) ed il marchio Ecolabel UE, le "Bandiere blu" attribuite dalla Foundation for Environmental Education e la creazione di marchi di qualità di prodotti e servizi, anche a livello locale;

---

<sup>5</sup> WTO – ECO-TRANS Voluntary initiatives in Tourism, Worldwide Inventory and Comparative Analysis of 104 Eco-labels, Awards and Self-Commitments, 2002.

<sup>6</sup> M. Peronaci, R. Luciani - *Rapporto Italia 2012*, EURISPES.

- un ampliamento dell'offerta turistica, anche in termini geografici;
- la valorizzazione delle caratteristiche ambientali, paesaggistiche, storiche, culturali, gastronomiche locali;
- la destagionalizzazione dell'offerta turistica.

Il prodotto “destinazione turistica” (Tourist destination product – TDP) è un sistema di offerta complesso composto dalle risorse presenti in un territorio e dai servizi turistici offerti nel medesimo territorio.

Il marketing del turismo risponde alla necessità delle imprese ricettive di saturare la loro capacità di accoglienza e la promozione di una destinazione turistica prevede una forte attenzione sia al prodotto (risorse presenti in un territorio), sia alla relazione tra il turista e tutte le realtà autoctone. Promuovere una destinazione turistica richiede, a partire dal patrimonio di risorse e competenze territoriali, il superamento di logiche locali e competitive ed il coinvolgimento in sinergia di tutti i portatori di interesse. Questa si può configurare come la strategia vincente per creare una visione condivisa delle modalità di gestione dell'area, stimolando la partecipazione al disegno complessivo della destinazione. In tal modo è possibile pervenire ad uno sviluppo equilibrato delle attività turistiche preservando le risorse ambientali (fisiche, culturali, sociali) e coinvolgendo positivamente la comunità ospitante.

La ricerca del consenso, della cooperazione e della sinergia tra gli attori di una destinazione turistica nella partecipazione alla definizione ed allo sviluppo delle strategie, degli obiettivi e delle azioni di promozione, è nota come *governance territoriale* e mira a realizzare il governo sistemico di un territorio a potenziale vocazione turistica.

I percorsi di *governance* territoriale coinvolgono le imprese e le organizzazioni residenti, attraverso quattro principali linee di intervento:

- l'emanazione di norme e regolamenti, che possano indirizzare l'azione degli attori locali;
- interventi diretti sul territorio, che ne orientino la vocazione e ne definiscano lo stock di risorse disponibili;
- l'istituzione di organi che si pongano come *pivot* dello sviluppo della destinazione e che operino anche attraverso il coinvolgimento degli altri attori, svolgendo attività di promozione del territorio, definizione di progetti strategici territoriali con relativo supporto finanziario;
- lo stimolo ed il sostegno alla nascita di aggregazioni di imprese (settoriali o di filiera) e di enti locali dedicati alla loro gestione attraverso le quali valorizzare le produzioni locali.

Tuttavia, «*Ciascuna destinazione, per le caratteristiche storiche, economiche, culturali, sociali e geografiche, per la dotazione di risorse disponibili, per il grado di coesione tra attori economici presenti nel luogo, può essere governabile secondo modelli anche molto differenti, non uniformi e non facilmente standardizzabili e replicabili*»<sup>7</sup>.

Emergono quindi alcune considerazioni:

1. Il territorio non è un'impresa per la quale la pianificazione strategica è un processo ben definito in termini di obiettivi, risorse, responsabilità e compiti;
2. a differenza dell'impresa, che ha dei confini netti sia dal punto di vista giuridico che istituzionale, un territorio ha, in molti casi, confini variabili, legati non solo all'assetto amministrativo, ma anche alla tipologia di decisioni assunte e alla vicinanza con territori confinanti sui quali ricadono gli effetti;
3. l'organo di governo politico e amministrativo di un territorio, pur volendo assumere una logica di *governance*, non controlla direttamente le risorse necessarie per il perseguimento di una strategia;
4. il rapporto tra l'organo di *governance* e gli attori locali è basato sulla fiducia, sul coinvolgimento e su un sistema di incentivi che può essere attivato per indirizzare l'assunzione di decisioni da parte delle imprese e delle organizzazioni che in esso operano. Pertanto, i meccanismi di indirizzo e di governo sono molto meno stabili.

Per tutte queste ragioni, non è possibile replicare sul territorio i tradizionali modelli di *management* se non si riesce a tener conto della necessità di intervenire, anche sul piano istituzionale, per generare il

<sup>7</sup> 9 Cfr. BELLAGAMBA A., BRUNETTI F., VIGOLO V., *La letteratura italiana e internazionale sul Destination Management*, in SCIARELLI S. (a cura di), *Il management dei sistemi turistici locali. Strategie e strumenti per la governance*, Giappichelli, Torino, 2007, pp. 32-33. Anche Buhalis riconosce la difficoltà di governo delle destinazioni, sottolineando che gestire i molteplici interessi in conflitto dei vari stakeholder risulta un'operazione estremamente difficile, ma rappresenta la chiave del successo di lunga durata di una destinazione. BUHALIS D., *Marketing the competitive destination of the future*, *op.cit.*

coinvolgimento e la partecipazione di tutti gli stakeholders, dapprima nella definizione di strategie territoriali “sistemiche” secondo logiche *bottom –up* e *top - down* e, successivamente, nell’ attuazione delle stesse tramite opportuno sistema di regole ed incentivi.

Sulla base di questo, e tenuto anche conto della natura trasversale e della flessibilità di applicazione del Regolamento EMAS, coniugata con le specifiche caratteristiche del marchio Ecolabel UE applicato al turismo, il campo dei soggetti coinvolti risulta piuttosto ampio, fermo restando il ruolo istituzionale nel rilascio di EMAS/Ecolabel e nella diffusione di tali strumenti a livello ministeriale e di Sistema Nazionale di Protezione Ambientale. Pertanto, nella preparazione di un piano di promozione di tali Regolamenti volontari è necessario, al fine di aumentarne l’efficacia, coinvolgere ogni soggetto pubblico/privato a vario titolo collegato all’industria del turismo o individuare gruppi target omogenei per natura giuridica e fini operativi in modo tale da rendere maggiormente efficaci i mezzi di comunicazione e attivazione. A tale scopo, si allega alla presente Linea Guida una lista di tutti i soggetti pubblici e privati coinvolti nella promozione di EMAS ed Ecolabel nel settore del turismo, individuandone appunto gruppi target in modo tale da valutare gli strumenti più efficaci (All. I).

### 3. APPLICAZIONE DEI REGOLAMENTI EMAS ED ECOLABEL UE NELL’AMBITO DELLA PA E DEL TURISMO E MODELLI DI GOVERNANCE TERRITORIALE

Nell’ottica del ragionamento sulle possibili sinergie tra Pubbliche Amministrazioni EMAS e strutture turistiche a marchio EMAS/Ecolabel, è stata effettuata un’analisi della distribuzione delle certificazioni. Relativamente ad EMAS, nelle Figure 1 e 2 sono riportati, rispettivamente, il quadro attuale delle registrazioni nei vari settori economici e l’andamento dal 2005 al 2015 per le Pubbliche Amministrazioni. Nell’ambito del turismo, va anche citato che, ad oggi, vi sono solo 10 strutture ricettive in possesso della registrazione EMAS.

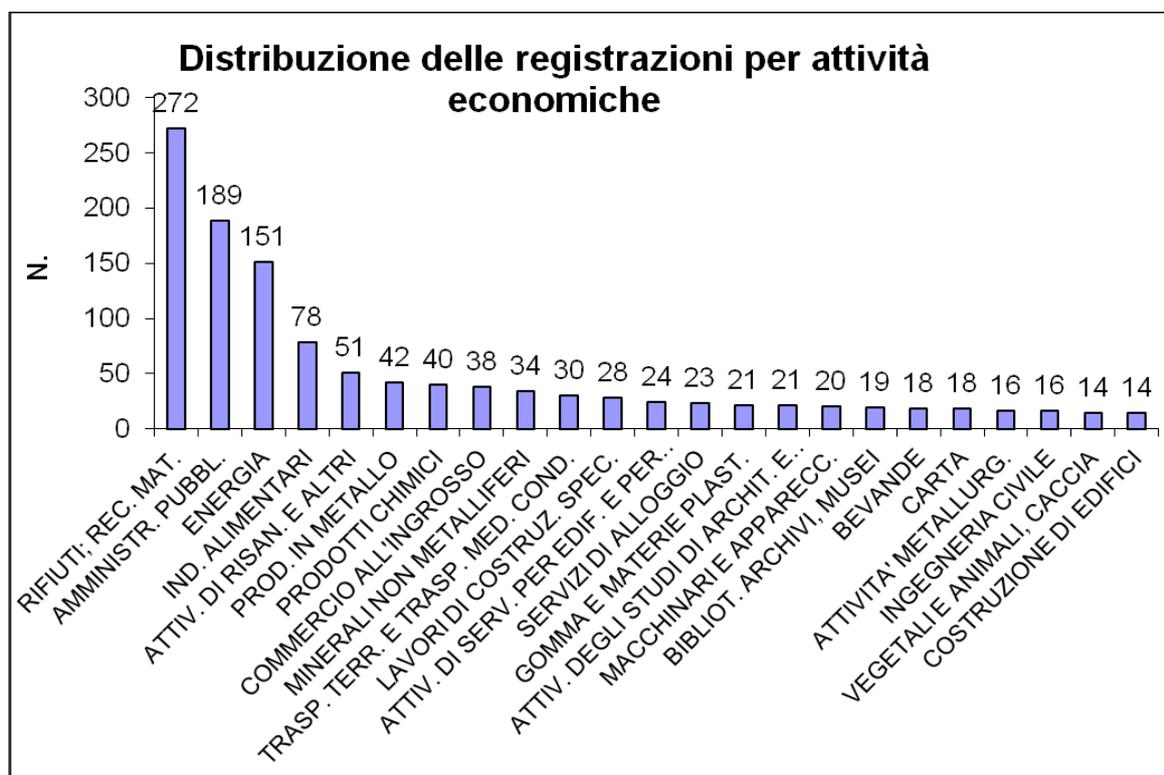


Figura 1: Numero di Registrazioni EMAS per codice NACE – Fonte ISPRA (dati aggiornati a Dicembre 2015)



Figura 2: Andamento RegISTRAZIONI EMAS per le Pubbliche Amministrazioni– Fonte ISPRA (dati aggiornati a Dicembre 2015)

Per quanto riguarda Ecolabel, l'Italia è tra i primi posti per numero di servizi ricettivi e campeggi a marchio, come mostra la Figura 3 sotto riportata.

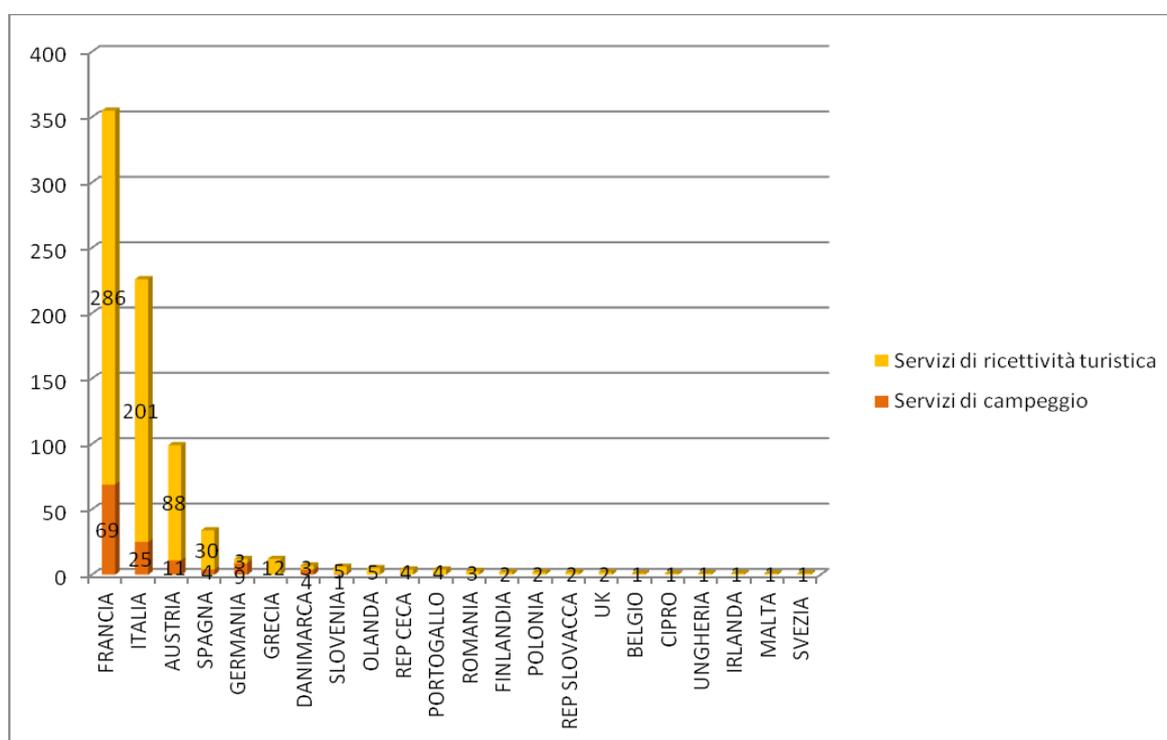


Figura 3: Ripartizione delle licenze in Europa – Fonte EU su elaborazione ISPRA (dati aggiornati a Settembre 2015)

Il numero di strutture ricettive (esercizi alberghieri e complementari) totali in Italia è (nel 2013) 157.521 (*Fonte ISTAT*). Di queste, circa 200 sono certificate Ecolabel UE, ovvero meno dell'1%.

I dati nazionali evidenziano che, per i servizi di ricettività turistica e i campeggi, l'etichetta Ecolabel UE risulta più diffusa rispetto ad EMAS in quanto rivolta, in modo specifico, al prodotto, quindi di maggiore visibilità sul cliente, nonché presumibilmente meno onerosa rispetto ad una registrazione di processo come EMAS.

La Figura 4 evidenzia la ripartizione delle licenze Ecolabel UE per Regione.

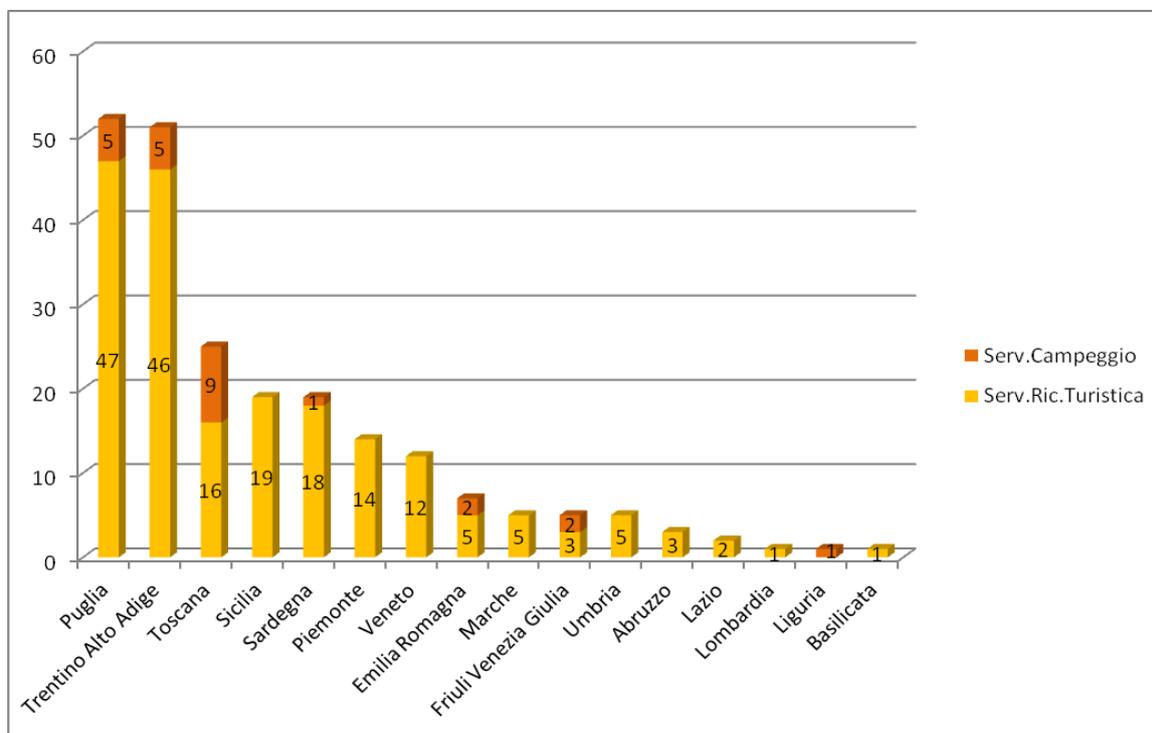


Figura 4: Ripartizione delle licenze in Italia – Fonte ISPRA (dati aggiornati a febbraio 2016)

Le Regioni in cui il marchio risulta maggiormente diffuso sono il Trentino Alto Adige, la Puglia, la Toscana e la Sicilia, con una progressiva diminuzione del numero di etichette nelle altre regioni. I risultati ottenuti evidenziano che la diffusione di Ecolabel non sempre rispecchia la vocazione turistica delle singole regioni. I dati soprariportati riflettono altresì l'influenza che possono avere gli strumenti legislativi di finanziamento sulla scelta di un percorso di certificazione o meno. Infatti, sia in Trentino Alto Adige, che in Puglia, sono stati emanati bandi volti ad incentivare la certificazione Ecolabel UE, così come anche in Sicilia il legislatore ha favorito tale strumento.

Va purtroppo rilevato che, a parte questi rari casi, le Amministrazioni non attuano neanche meccanismi incentivanti quali l'erogazione di benefici riservati ad ospiti di strutture in possesso dell'Ecolabel UE. Ad esempio, la riduzione dell'imposta di soggiorno, la riduzione dei costi per i trasporti e/o per l'utilizzo di impianti ricreativi (balneazione, risalita impianti sciistici, etc), ingressi gratuiti a fiere, manifestazioni, eventi, etc. che potrebbero orientare i turisti verso la scelta di strutture ricettive a marchio Ecolabel UE.

Un'iniziativa di questo tipo costituirebbe senza dubbio un elemento incentivante per i turisti a scegliere le strutture ricettive in possesso del marchio Ecolabel UE e, per queste ultime, rappresenterebbe una forte leva competitiva che indurrebbe ad aderire all'Ecolabel UE. Inoltre, in termini pratici, le amministrazioni locali hanno dei vantaggi reali dall'adesione delle strutture ai "protocolli" Ecolabel UE che, essendo volti a diminuire l'impatto ambientale, determinano un minor costo di gestione per l'amministrazione (ad esempio raccolta differenziata, scarichi nelle fognature e, quindi, gestione dei depuratori, etc.).

Inoltre, il maggior afflusso turistico generato dal miglioramento dal punto di vista salutare del luogo, dalla conservazione degli habitat naturali, da una migliore salubrità dell'aria, si ripercuote positivamente anche sull'economia locale, creando così un circolo virtuoso.

Tale dato deve far riflettere sull'importanza strategica di un'adeguata scelta di marketing che miri alla promozione sul territorio del marchio Ecolabel UE, aspetto anch'esso spesso trascurato dalle Amministrazioni.

Relativamente ai percorsi di *governance* territoriale si segnalano alcune interessanti iniziative, attuate in alcune Regioni del nostro Paese da vari Soggetti interessati, e finalizzate all'incremento della conoscenza di EMAS e di Ecolabel UE ed allo scambio di informazioni e di esperienze tra aziende e organizzazioni che hanno ottenuto la registrazione EMAS e/o il marchio Ecolabel UE per propri prodotti o servizi. Queste iniziative, che si sono concretizzate nella costituzione di Club EMAS ed Ecolabel, costituiscono un significativo esempio di come l'integrazione e il principio di sussidiarietà siano la strategia vincente per un'efficace *governance* territoriale, specialmente nelle aree a forte vocazione turistica. In Allegato II viene riportata una breve descrizione dei principali Club EMAS ed Ecolabel UE. Si osserva che, soltanto in alcuni casi, tra i propri soci i Club annoverano anche le ARPA/APPA, come ad esempio in Friuli Venezia Giulia; sarebbe auspicabile un rafforzamento della partecipazione delle Agenzie a questi consessi.

#### 4 – INIZIATIVE INTRAPRESE DA ISPRA

Allo scopo di disporre di un quadro conoscitivo dell'attuale stato di attuazione di EMAS e dell'Ecolabel UE nel settore del turismo, nonché del livello di integrazione tra i due strumenti, l'ISPRA ha ritenuto utile effettuare due indagini conoscitive: una rivolta alle strutture ricettive in possesso del marchio Ecolabel UE e l'altra ai Parchi ed Aree naturali protette.

Gli esiti di queste indagini vengono qui di seguito brevemente riassunti.

##### Indagine sulle strutture ricettive a marchio Ecolabel UE

A distanza di 12 anni dalla prima emanazione dei criteri Ecolabel UE per i servizi turistici, si è ritenuto interessante svolgere un'indagine presso strutture ricettive e campeggi italiani in possesso del marchio allo scopo di verificare le motivazioni che hanno indotto ad aderire ad Ecolabel, il grado di soddisfazione dei gestori, nonché per capire i possibili spazi di miglioramento e/o le aree di intervento ai fini di una più incisiva azione di promozione, diffusione e conoscenza del marchio.

A tal fine, è stato elaborato un questionario che è stato poi inviato per la compilazione a tutte le strutture ricettive e campeggi in Italia certificati Ecolabel UE.

Tale iniziativa ha ricevuto un riscontro al di sotto delle aspettative; infatti, soltanto 61 strutture su 197 ossia il 31 % ha risposto al questionario. Ciò nondimeno, dall'analisi delle risposte pervenute sono emersi alcuni interessanti spunti di riflessione, sia per quanto riguarda il rapporto delle strutture con gli enti pubblici che con gli ospiti stessi.

Nell'84% dei casi, le strutture lamentano un'eccessiva burocratizzazione delle procedure di accesso al marchio Ecolabel UE che si sostanzia in due aspetti: l'eccessiva mole di documenti da presentare, ma anche i tempi di attesa per il rilascio del marchio Ecolabel UE, che spesso non sono compatibili con le esigenze di mercato (v. Fig. 5).

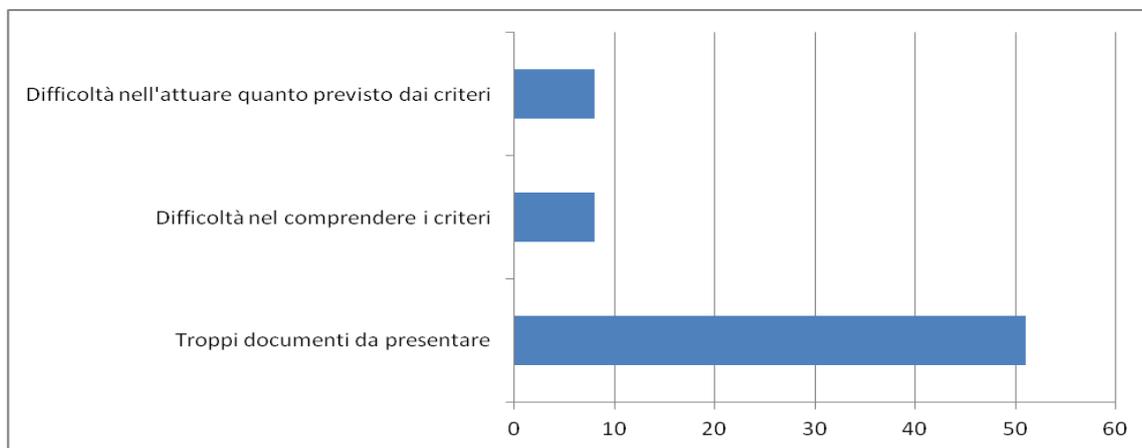


Figura 5: Difficoltà incontrate nell'iter per la concessione del marchio

L'altro elemento, come evidenziato in Figura 6, è sicuramente, la mancanza di benefici, incentivi ed agevolazioni; in altre parole, le strutture non vedono, da parte della P.A., un adeguato riconoscimento degli sforzi effettuati a favore dell'ambiente, nonostante ciò significhi, per le strutture stesse, internalizzare costi che, diversamente, graverebbero sulla collettività. I costi sostenuti dalle strutture per l'adeguamento ai criteri previsti per l'ottenimento dell'Ecolabel UE non sono, ad oggi, adeguatamente compensati dai benefici e, anche se circa il 50% delle strutture ammette di aver rilevato un risparmio sia idrico che energetico, evidentemente questo non è sufficiente.

In merito al rapporto con gli ospiti, le strutture non riscontrano l'atteso ed auspicato aumento dell'afflusso, probabilmente a causa della scarsa visibilità e, soprattutto, della scarsa conoscenza del marchio da parte di utenti, consumatori, agenzie di viaggio, tour operator, etc... Inoltre, le strutture ritengono non sia facile trasmettere agli ospiti i principi ed il messaggio di eco sostenibilità insito nell'Ecolabel UE. Accade, infatti, che anche quando gli ospiti hanno dimostrato, in linea di principio, di apprezzare lo sforzo per l'ambiente, in realtà non sempre hanno capito in che modo questo si possa in concreto tradurre. Esempio evidente è la circostanza che in molti casi non è gradita l'assenza dei monodose, probabilmente perché è ancora diffuso l'errato convincimento che questo comporti una diminuzione nella sicurezza alimentare e/o nell'igiene.

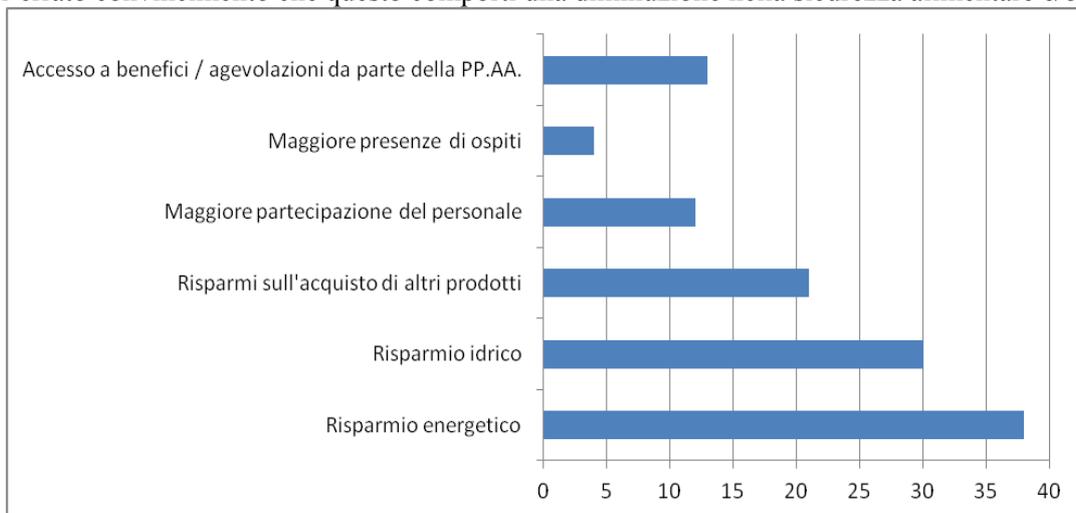


Figura 6: Vantaggi riscontrati

Relativamente all'erogazione di finanziamenti attesi dalle strutture ricettive, i contributi possono riguardare, come già successo, le spese finalizzate e funzionali all'ottenimento del marchio Ecolabel UE, riferibili sia ad eventuali servizi di consulenza, sia all'acquisto di impianti e macchinari (ad esempio una nuova caldaia) ed opere murarie e impiantistiche di adeguamento (Figura 7). Se è vero che il finanziamento è fine a se stesso, e non segue la struttura ricettiva nel mantenimento del marchio nel tempo, è pur vero che le opere e i macchinari eventualmente acquistati per migliorare il rendimento energetico e, in generale, l'impatto ambientale della struttura, nonché tutta una serie di comportamenti che anche il personale dipendente deve fare propri per ottenere la certificazione, rimangono nel tempo e contribuiscono, quindi, comunque, al miglioramento ambientale

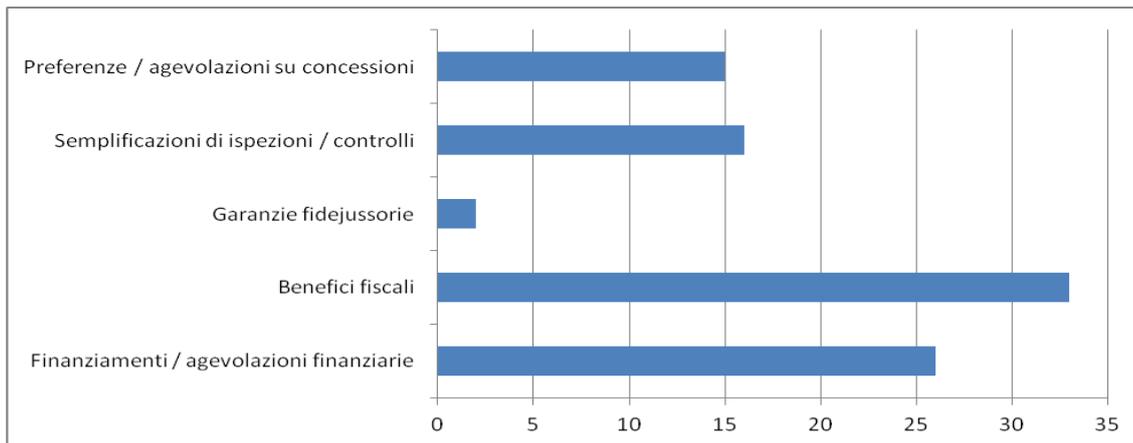


Figura 7: Benefici attesi da parte della P.A.

Sempre nell'ambito dei benefici, l'anello di congiunzione tra struttura, P.A. e ospiti, rappresentato dall'erogazione di agevolazioni riservate ad ospiti di strutture a marchio Ecolabel UE, non viene mai sfruttato.

Il testo completo del documento è consultabile al seguente link:

<http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/news/pubblicato-indagine-sulle-strutture-ricettive-a-marchio-ecolabel-ue>

#### Indagine su EMAS ed Ecolabel nei Parchi, Comunità Montane e Aree Naturali

Il Sistema delle Aree Naturali Protette e dei Parchi in Italia è stato introdotto dalla legge 394/91 che ne ha definito la classificazione ed istituito l'elenco ufficiale. Questa legge, tra l'altro, ha introdotto il concetto di valorizzazione, oltre che di conservazione, del patrimonio naturale e della biodiversità. Le aree protette nascono con l'esigenza di legare problemi della conservazione a quelli dello sviluppo. E' quindi evidente che occorre porre in essere un modello di gestione che trovi una giusta forma di compromesso tra un utilizzo turistico ed economico di un'area protetta e la doverosa conservazione della natura, del paesaggio e della sua fruibilità. Tali elementi trovano piena espressione in un'adeguata applicazione dei Regolamenti EMAS ed Ecolabel UE.

L'ISPRA, pertanto, ha svolto un'indagine finalizzata a valutare il grado di diffusione dei due Regolamenti all'interno dei Parchi, Comunità montane ed Aree Naturali Protette focalizzandosi su comuni EMAS e strutture ricettive Ecolabel UE all'interno delle suddette aree registrate.

Per lo svolgimento dell'indagine ci si è avvalsi di un campione estratto dalla popolazione formata da tutte le organizzazioni registrate EMAS e riportate nel registro italiano consultabile sul sito internet di ISPRA ([www.isprambiente.gov.it](http://www.isprambiente.gov.it)). Successivamente, si è provveduto a selezionare le sole organizzazioni registrate afferenti al codice NACE 91.04 (attività degli orti botanici, dei giardini zoologici e dei parchi naturali) al 31 gennaio 2015. In tal modo si è ottenuto un campione aggiornato e rappresentativo costituito da 18 unità di cui si è provveduto ad analizzare i contenuti delle Dichiarazioni Ambientali.

Da tale indagine sono emersi interessanti elementi di riflessione che consentono di mettere in risalto il ruolo delle aree protette e del sistema dei Parchi in termini di laboratorio sperimentale di buone pratiche di gestione del territorio:

1. un terzo degli Enti Parco Italiani ha ottenuto la Registrazione EMAS mantenendola, in alcuni casi lodevoli, per anni con importanti risultati riscontrabili nell'attuazione dei Programmi Ambientali;
2. divulgazione continua di una cultura ambientale per la tutela del territorio, della biodiversità erogata soprattutto alle nuove generazioni, attraverso varie iniziative incentrate sulla formazione e informazione;
3. capacità di sperimentazione da parte dei Comuni ricadenti nelle aree protette, come si riscontra nel progetto della Val di Non in cui la "gestione ambientale" è stata messa a sistema mediante la condivisione di un'unica politica ambientale e di programmi comuni a cui sono stati affiancati obiettivi specifici per le singole realtà.

Se l'analisi della sinergia Ente Parco e Comuni Registrati EMAS ha fatto rilevare un valore medio di 12 Comuni per Ente Parco, dimostrando una comunione di intenti tra i soggetti responsabili della gestione di un

territorio, tale sinergia è poco rilevabile nei confronti delle strutture turistiche presenti negli stessi territori (Fig. 8 e 9).

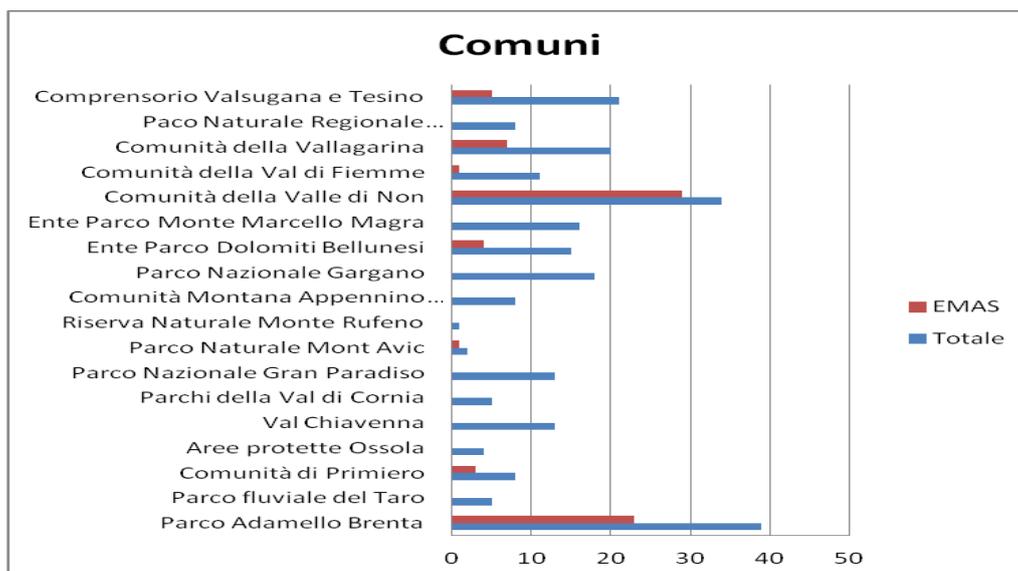


Figura 8: Comuni EMAS presenti nel Campione

Unici casi di eccellenza sono rappresentati dall'Ente Parco del Gargano, in cui si riscontrano ben 12 strutture recettive in possesso dell'Ecolabel UE, ma dove non è stato Registrato EMAS alcun comune, e dall'Ente Parco Adamello Brenta dove, a fronte di 11 strutture a marchio, sono registrati anche 22 Comuni. Questo dato dimostra, in prima battuta, una carenza di integrazione e sponsorizzazione reciproca da parte di chi adotta suddetti strumenti.

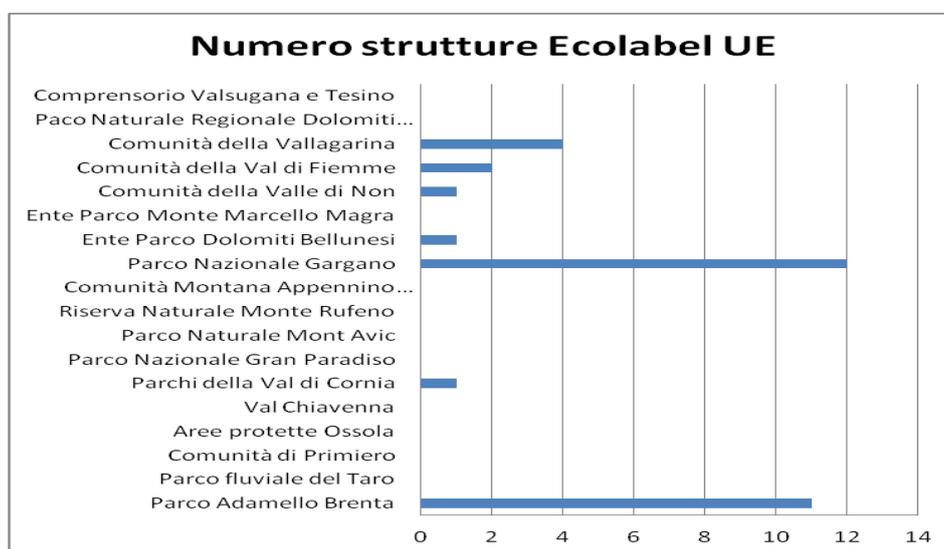


Figura 9: Numero di strutture Ecolabel UE

D'altra parte, si riscontra un fiorire di altri strumenti in parte legati alla concessione del Marchio e del Logo del Parco, in parte legati alla presenza sul territorio di altri interlocutori (ad es. Tripadvisor, Legambiente, Federparchi, UNESCO, etc).

Per quanto riguarda, ad esempio, il fenomeno dei certificati rilasciati da TripAdvisor, frutto della valutazione dell'utenza, considerando che il 25% dei turisti sceglie la destinazione per le bellezze naturali, ma che solo il 6% fa ricadere la scelta in un Parco, le potenzialità di tale piattaforma sono ancora molto ampie. In

---

quest'ottica, è auspicabile che nel futuro TripAdvisor tenga nel dovuto conto anche criteri ambientali Ecolabel EU nelle proprie valutazioni finalizzate al rilascio dei certificati di eccellenza.

La questione dell'abbondanza dei marchi appare tuttavia a dir poco singolare e non si comprende, infatti, come mai Parchi che hanno ottenuto la registrazione EMAS ed hanno profuso un grande impegno, anche economico, in questa direzione, si orientino poi verso la promozione di altri marchi e non si prodighino, invece, nel favorire l'adesione ad EMAS da parte dei Comuni e/o delle organizzazioni produttive e commerciali, oppure ad Ecolabel UE da parte delle strutture ricettive ricadenti nel proprio territorio.

Sicuramente ciò è imputabile a due tipologie di fattori: il primo è sicuramente rappresentato dalla carenza cronica, da parte degli Organismi Istituzionali, di attività per una promozione capillare di tali strumenti mediante l'attivazione di politiche e sinergie da stimolare a vari livelli; il secondo fattore afferrisce alla mancanza di una concreta volontà da parte del Soggetto Normatore, sia a livello centrale che a livello locale, di rendere più appetibili i due strumenti tramite un sistema di benefici, incentivi ed agevolazioni.

Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, va evidenziato che, nelle regioni in cui è stata adottata una buona combinazione di provvedimenti agevolatori, si è osservato un deciso incremento delle certificazioni ambientali che ha, a sua volta, attivato un "circolo virtuoso".

Infatti, se anche l'iniziale interesse verso le certificazioni ambientali da parte di alcune organizzazioni è stato alimentato dalla presenza di agevolazioni pubbliche, questo, a sua volta, ha spinto altre organizzazioni verso l'adozione delle certificazioni, sia per poter usufruire delle medesime agevolazioni, sia in quanto leva competitiva.

Va, inoltre, considerato che alcune agevolazioni, come ad esempio i benefici fiscali, susciterebbero il forte interesse da parte delle organizzazioni e solo apparentemente costituirebbero un minore introito per la Pubblica Amministrazione.

Infatti, un'organizzazione che opera secondo criteri di ecoefficienza (attenta gestione delle risorse, abbattimento delle emissioni, risparmio energetico, riduzione dei rifiuti, raccolta differenziata, ecc.) interiorizza dei costi che altrimenti graverebbero sulla collettività e, quindi, sulla Pubblica Amministrazione.

In generale, il tema del turismo nelle aree protette si presenta con grandi potenzialità, la maggior parte delle quali resta ancora inespressa, basti pensare alla media delle notti trascorse nelle strutture turistiche di un Parco Nazionale che è pari al 3.7% del totale in Italia<sup>8</sup>. D'altra parte, dai dati emersi nella valutazione dei siti internet, si intuisce come i Parchi già stiano lavorando per sopperire a questa vulnerabilità mediante il coinvolgimento via web dei turisti di nuova generazione, ovvero quelli che si affidano al web per la scelta della loro destinazione.

La valutazione complessiva dei siti web è stata positiva, ma per i portali dei Parchi è doveroso rimarcare:

1. assenza quasi totale della possibilità di ricerca di strutture Ecolabel UE;
2. carenza di divulgazione di materiale attinente ad EMAS, inclusa la Dichiarazione Ambientale.

Questo dato induce a pensare che la percezione dell'essenza dell'EMAS e dell'Ecolabel UE, ovvero trasparenza, credibilità, efficienza, è ancora scarsamente recepita e, di conseguenza, la possibilità di attivare sinergie tra i due strumenti è stata completamente ignorata.

In conclusione, in termini di bellezze naturali, ricchezza di biodiversità e laboratorio di buone pratiche, l'indagine rileva che il sistema delle aree protette e dei parchi continua a rappresentare una risorsa preziosa, non solo dal punto di vista naturalistico, ma anche e sempre di più dal punto di vista sociale ed economico. Se si rafforzasse di più nel legislatore la convinzione che il capitale naturale ha nella valutazione della ricchezza nazionale, sicuramente il valore e il riconoscimento dell'ambiente nelle politiche pubbliche diventerebbe cardine di uno sviluppo che coniuga conservazione della natura e *Green Economy*.

Il testo completo del documento è consultabile al seguente link:

<http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/files/emas/2015/emas-ecolabel-nei-parchi>

In aggiunta a quanto fin qui descritto, si segnalano anche ulteriori iniziative promosse da ISPRA di cui si fornisce nel seguito una sintetica descrizione.

- Corso di formazione "Il marchio Ecolabel UE per i servizi di ricettività turistica e di campeggio".

---

8

Dato Unioncamere 2014

---

Nel maggio 2013 si è svolto presso l'ISPRA un corso di formazione sul marchio Ecolabel Ue applicato nello specifico ai servizi.

Lo scopo del corso, ideato e realizzato dal Settore Ecolabel di ISPRA, è stato quello di fornire nozioni e strumenti pratici per predisporre i dossier tecnici rispondenti ai criteri Ecolabel UE per il servizio di ricettività turistica e di campeggio nonché redigere una richiesta di concessione del marchio corretta e completa. Il corso è stato dedicato sia a soggetti privati, sia a soggetti pubblici che spesso offrono supporto e indirizzo alle strutture ricettive e/o ai campeggi che vogliono ottenere il marchio Ecolabel UE.

- Partecipazione al progetto Shmile2

L'ISPRA ha partecipato al progetto Shmile 2 il cui obiettivo globale “dalla sperimentazione alla diffusione del marchio Ecolabel nel Mediterraneo” è quello di contribuire allo sviluppo sostenibile e alla riduzione del rischio ambientale nel bacino del Mediterraneo attraverso la promozione del turismo sostenibile. Grazie alla cooperazione transfrontaliera, il progetto mirava a rafforzare la professionalità nei servizi di accoglienza turistica ed a formare le future generazioni per favorire un turismo più sostenibile, attraverso una campagna di sensibilizzazione/informazione e la progettazione/diffusione di strumenti di formazione e di supporto. Inoltre, il progetto ha avuto lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica sui problemi ambientali attraverso un'ampia campagna di comunicazione, per rafforzare la domanda di strutture ricettive a marchio Ecolabel UE.

Per raggiungere questi obiettivi, 11 organizzazioni provenienti da 6 paesi diversi (Tunisia, Egitto, Giordania, Grecia, Italia e Francia) hanno collaborato per realizzare una serie di attività.

- Progetto “L'Ecolabel nelle scuole. Crescere nel rispetto dell'ambiente”

L'idea alla base del progetto, ideato dal Settore Ecolabel di ISPRA, e del conseguente inserimento in un programma di divulgazione su piattaforma e-learning, è la promozione del marchio Ecolabel UE nelle scuole, nonché una diffusione dei concetti base della salvaguardia dell'ambiente in cui viviamo. Il materiale didattico vuole essere, per gli insegnanti, uno strumento di conoscenza soprattutto del marchio Ecolabel UE, per poterli mettere nella condizione ottimale di trasmettere ai propri alunni sia la passione per l'ambiente che la conoscenza, seppur superficiale, di questa certificazione.

Oltre al materiale informativo che entra nel merito della certificazione Ecolabel UE, sono stati messi a disposizione degli insegnanti alcuni giochi tradizionali in formato elettronico, per trasmettere agli alunni concetti di sostenibilità ambientale e fornire anche gli strumenti che il bambino potrà utilizzare per applicarli (ad esempio riconoscimento del marchio Ecolabel UE). Il progetto sarà veicolato in alcune scuole sul territorio nazionale dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, con cui il progetto è stato concordato e sviluppato nelle sue ultime fasi.

- Ecolabel in tour

Il progetto, sempre promosso e sviluppato dal Settore Ecolabel di ISPRA, ha avuto lo scopo di promuovere il marchio Ecolabel UE e il turismo sostenibile attraverso la realizzazione di “servizi giornalistici” promozionali realizzati in diverse Regioni Italiane e diffusi a livello nazionale. In particolare, si è voluto rappresentare le esperienze “migliori” con la doppia finalità di promuovere l'adesione delle strutture turistiche ricettive al marchio Ecolabel UE e mostrare i vantaggi per le strutture stesse, per i turisti e per l'economia del territorio.

## **5. INIZIATIVE INTRAPRESE DALLE ARPA/APPA**

Tutte le Agenzie hanno da sempre mostrato grande interesse per l'applicazione di EMAS e di Ecolabel ed hanno profuso un grande impegno nella promozione e diffusione di questi due Regolamenti, specialmente nei territori a forte vocazione turistica.

Nel presente Capitolo vengono riportate alcune iniziative intraprese da talune ARPA che possono costituire veri e propri casi studio.

---

### ARTA Abruzzo

Nel 2007, l'ARTA Abruzzo ha realizzato un progetto, sviluppato con il sostegno economico dell'ISPRA, allora APAT, che ha visto il coinvolgimento in partenariato dell'APTR (Azienda promozione turistica regionale), delle Associazioni di categoria e degli operatori turistici, degli istituti di istruzione secondaria, universitaria, e post-universitaria con indirizzo turistico. Esso mirava alla diffusione della conoscenza di ECOLABEL sul territorio abruzzese ed era finalizzato all'applicazione del Marchio Ecolabel Europeo ai Servizi di ricettività turistica ( alberghi, campeggi, b&b, rifugi di montagna, etc.).

Lo scopo era informare gli operatori economici del settore sull'Ecolabel Europeo, uno strumento per il miglioramento dell'impatto ambientale del servizio offerto dalle strutture ricettive e per la loro promozione sul mercato europeo e internazionale. Il progetto prevedeva un primo momento di diffusione del marchio di qualità ambientale Ecolabel attraverso una campagna di comunicazione televisiva, una trasmissione di 30' andata in onda sui principali canali a diffusione regionale durante il mese europeo dell'Ecolabel (European Flower Month).

Lo speciale televisivo doveva costituire anche un'occasione per i rappresentanti delle istituzioni pubbliche competenti in materia e dei principali stakeholders abruzzesi per la divulgazione della politica regionale in materia e per sottolineare che un turismo di qualità può crescere solo nel rispetto dei principi di sostenibilità ambientale.

La seconda fase del progetto prevedeva, invece, un coinvolgimento diretto dei portatori di interesse e della popolazione. Sono state organizzate delle giornate formative per la promozione e la diffusione dell'informazione relativa al marchio Ecolabel rivolta agli istituti superiori, universitari e post-universitari ad indirizzo turistico.

### ARPA Calabria

Nell'ottobre 2014 a Cassano sullo Ionio, nell'ambito delle attività di cui al POR FESR 2007/2013 - linea di intervento 5.3.1.1 – azioni di informazione e sensibilizzazione per l'applicazione dei principi di sostenibilità nelle imprese locali, è stato approvato dalla Regione Calabria, per un importo totale di 300.000 Euro, il progetto "Sybaris terra d'incanto: mare, cultura e natura". Tale progetto coinvolge 19 comuni della provincia di Cosenza, mira ad implementare un sistema volto ad introdurre la cultura dei sistemi di gestione ambientale sul territorio, a premiare l'eccellenza ambientale e prestazionale di prodotti e servizi di ricettività turistica mediante la diffusione dell'Ecolabel europeo.

### ARPAE Emilia Romagna

L'attività dell'ARPAE Emilia Romagna ha visto nel passato iniziative progettuali concrete, come ad esempio un progetto APAT/ARPA ER, approvato nel 2004, che ha consentito di supportare, attraverso sia momenti formativi sia sopralluoghi mirati presso i servizi coinvolti, diverse strutture della provincia di Ravenna/Rimini/Bologna per lo studio di fattibilità dell'implementazione dell'Ecolabel UE nelle strutture stesse nel periodo immediatamente successivo all'emissione dei criteri Ecolabel per i servizi di ricettività. E' grazie a questo percorso progettuale che in Emilia Romagna è stato registrato il primo hotel a marchio Ecolabel in Italia, nel 2005, e, a seguire, un progressivo incremento del numero delle licenze, che si è reso evidente fino al 2009.

A seguire, ARPAE ER ha sostanzialmente garantito la diffusione delle informazioni inerenti il marchio Ecolabel rendendo disponibile su web aziendale il tema ambientale "Strumenti di sostenibilità", che vede una serie di argomenti per i quali ARPAE ER svolge le funzioni di diffusione richiamate nella legge istitutiva, incluso appunto l'Ecolabel. Le informazioni riguardano l'illustrazione dei requisiti previsti dall'etichetta, le indicazioni di cosa fare per acquisirla, nonché la normativa/documentazione di riferimento e i link utili. Da segnalare, sempre in tema di diffusione, la pubblicazione, da parte del Centro tematico regionale "Turismo e Ambiente" di ARPAE ER, del report turistico ambientale della provincia di Rimini che include un capitolo dedicato all'applicazione di EMAS ed Ecolabel nel settore del turismo.

### ARPA Friuli Venezia Giulia

Per quanto riguarda le iniziative intraprese a livello locale, l'ARPA Friuli Venezia Giulia segnala un progetto di cooperazione internazionale, finanziato ai sensi della Legge regionale n. 19/2000, che ha avuto come obiettivo il "Sostegno alla promozione di sistemi di ospitalità diffusa/albergo diffuso nella Valle del fiume Drina", nella municipalità di Foča in Bosnia Erzegovina, con partner locali della Bosnia Erzegovina e partner del Friuli Venezia Giulia, come la Provincia di Gorizia, i Comuni di Sauris e Grado e la stessa ARPA FVG.

---

Le fasi principali del progetto sono state:

1. l'elaborazione dell'inventario delle costruzioni tipiche rurali – katun – della Valle della Drina per poi poter elaborare delle linee guida sulle modalità di intervento sugli edifici rilevati;
2. la formazione dei beneficiari del progetto, che si è svolta sia in Friuli Venezia Giulia che a Foča;
3. la redazione di un progetto esecutivo riguardante la ristrutturazione di uno o più katun.

Per quanto riguarda la fase formativa, l'11 aprile 2013 è stato realizzato a Trieste, a cura di ARPA FVG, un workshop con un approfondimento tematico sul marchio europeo Ecolabel UE per le strutture di ricettività turistica. Oltre ai partner, all'incontro hanno partecipato anche l'ISPRA ed i gestori delle strutture turistiche certificate. Sono stati realizzati un video ed una campagna di promozione dell'Ecolabel EU applicato al turismo.

Inoltre, l'ARPA FVG si è distinta per un progetto ideato dal LaREA (Laboratorio Regionale di Educazione Ambientale) di ARPAFVG, che ha portato alla realizzazione di tre video, della durata di 6 minuti ognuno, dove viene efficacemente rappresentata l'esperienza di quelle strutture ricettive della regione che hanno voluto impegnarsi nella riduzione dei propri impatti e consumi ambientali attraverso un percorso che ha portato all'ottenimento del marchio europeo Ecolabel UE.

Il progetto, concluso con successo, rappresenta un buon punto di partenza per una campagna di promozione; infatti i video, oltre che comparire nella home page del sito dell'Agenzia ed essere stati pubblicizzati sulla newsletter Ecolabel curata da ISPRA, possono essere utilizzati per presentazioni al pubblico ed alle istituzioni nell'occasione di diversi eventi. A tal proposito, il 12 dicembre 2014, a Tolmezzo – Sala della Comunità montana della Carnia (UD), si è tenuto un convegno sulla Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) con un focus sul turismo sostenibile e tra i diversi interventi c'è stato anche il contributo di ARPA FVG con la presentazione dei video.

#### ARPA Sicilia

Sul fronte della promozione del marchio di qualità ecologia Ecolabel UE nel settore della ricettività turistica e dei campeggi sul territorio siciliano, molto già è stato fatto da parte di ARPA Sicilia per la sua diffusione, riuscendo così ad incrementare significativamente, nel giro di qualche anno, il numero di strutture regolarmente certificate. Infatti, hanno optato per i principi di sostenibilità stabiliti dal marchio, 21 imprese turistico-ricettive che contribuiscono, con le loro politiche ambientali, a diffondere buone prassi sul territorio, coinvolgendo anche la clientela e l'indotto.

In concomitanza con la Programmazione dei fondi strutturali dell'Unione per il periodo 2014/2020, al fine di allargare ulteriormente la platea delle strutture al processo di adesione volontaria ai sistemi di certificazione ambientale, l'ARPA si è impegnata in un'attività di collegamento e collaborazione con il Dipartimento delle Attività Produttive e con quello della Programmazione della Regione Sicilia. Lo scopo di tale collaborazione è stato quello di valorizzare adeguatamente tali modalità operative, anche in sede di valutazione per l'assegnazione di risorse finanziarie da destinare al settore della ricettività turistica e, più in generale, a quello imprenditoriale.

In questo ambito, particolarmente interessante è risultata l'iniziativa della Provincia di Agrigento che si è prefissata l'obiettivo di dare un forte impulso alla valorizzazione del territorio, sia attraverso azioni di marketing territoriale, sia attraverso azioni di miglioramento della qualità ambientale dei servizi offerti dagli operatori turistici e dagli enti.

In questa prospettiva di valorizzazione dell'offerta turistica agrigentina, si è ritenuto opportuno e auspicabile il recupero di una più elevata qualità ambientale del territorio (paesaggio, ecosistemi, qualità delle acque e dell'aria, ecc. ), obiettivo strategico da raggiungere a breve/medio termine.

A tal fine, la Provincia di Agrigento ha previsto, nel programma operativo regionale FESR 2007 2013, misure per servizi di supporto alla Registrazione EMAS dei Comuni.

Tali misure consistono in un servizio di accompagnamento per Amministrazioni Comunali lungo un percorso di certificazione ambientale che viene fornito gratuitamente al Comune che intende registrarsi EMAS e riguarda parte delle azioni propedeutiche di cui all'articolo 4 del Regolamento (CE) n. 1221/2009, ossia: l'analisi ambientale iniziale, così come definita al punto 9) dell'art. 2, ed un documento per il programma ambientale, così come definito al punto 10) dell'art. 2.

#### APPA Trento

La Provincia autonoma di Trento ha promosso il marchio Ecolabel Europeo presso le strutture ricettive del proprio territorio attraverso:

- un intervento di agevolazione consistente in una maggiore percentuale di finanziamento nell'ambito degli "Aiuti per gli investimenti fissi delle imprese", previsto dalla Delibera di Giunta Provinciale 2804/2005, rimasta in vigore fino al settembre 2012 in attuazione della Legge provinciale 6/1999;
- un'azione di promozione affidata all'Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente a partire dal 2006, che è consistita, fra le altre cose, nella realizzazione di un pieghevole informativo, di numerosi incontri informativi e formativi dedicati agli operatori del settore, di una mostra itinerante dedicata alla certificazione ("L'ambiente certificato"), di stand dedicati nelle più importanti fiere locali a tematica affine (Expo Riva Hotel e Fa' la Cosa Giusta), di una sezione dedicata sul proprio sito web;
- un'azione di supporto tecnico affidata alla medesima Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente;
- un'azione di valutazione ambientale, economica e culturale della promozione del marchio, confluita in un omonimo studio pubblicato nel 2015 e presentato a Ecomondo il 3 novembre 2015 in presenza di esponenti di ISPRA e del Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente. L'azione ha permesso al Trentino di diventare uno dei territori italiani con la maggior diffusione del marchio Ecolabel Europeo per il turismo.

### Arpa Umbria

Arpa Umbria ha iniziato ad occuparsi di promozione del marchio Ecolabel nel 2004 realizzando, negli anni, una serie di progetti in collaborazione con ISPRA. Si segnalano in particolare:

- la stampa e la diffusione di un opuscolo sull'Ecolabel per il servizio di ricettività turistica (anno 2004);
- la realizzazione di seminari di approfondimento per le strutture turistiche interessate all'Ecolabel in collaborazione con le Associazioni di categoria;
- l'attività di affiancamento e supporto ad alcune strutture ricettive, finalizzata all'ottenimento del marchio (anni 2006-2012);
- interventi formativi su Ecolabel per gli studenti del Centro Internazionale di studi sul turismo di Assisi (anno 2007).

## **6. SVILUPPI FUTURI**

Come già esposto, lo scopo di questo documento è quello di fornire ai soggetti interessati, siano essi PA o privati, una linea guida ed alcuni spunti volti a favorire la diffusione del turismo certificato EMAS-Ecolabel UE.

Gli obiettivi specifici sono dunque:

1. indurre tutti gli operatori della filiera turistica che esercitino un significativo impatto ambientale a considerare l'ipotesi di registrarsi EMAS;
2. indurre i soggetti eroganti servizi di ricettività turistica a considerare l'ipotesi di certificarsi Ecolabel UE;
3. indurre i soggetti di cui al punto 1 e quelli di cui al punto 2, ove già certificati, a dialogare e ad attivare sinergie;
4. indurre i turisti sensibili all'ambiente a scegliere le strutture e le filiere certificate EMAS-Ecolabel UE.

I destinatari possono essere da una parte Regioni, Province, Comuni, stabilimenti balneari, stazioni sciistiche, musei, parchi certificati o meno EMAS e strutture che erogano i servizi principali di ricettività turistica (nonché le rispettive rappresentanze – associazioni di categoria, etc.) certificate o meno Ecolabel UE, dall'altra turisti sensibili all'ambiente, associazioni dei consumatori, associazioni ambientaliste e di turismo responsabile, aziende di promozione turistica, agenzie di viaggio, portali web di promozione turistica (TripAdvisor, Booking, ViaggiVerdi, EquoTube, etc.), media di settore e generalisti.

Il messaggio principale da trasmettere deve essere che il turismo ha un solo futuro e questo futuro deve necessariamente essere orientato verso i principi di sostenibilità.

Si fornisce di seguito una serie di possibili azioni da intraprendere al fine di favorire la diffusione del turismo "certificato", proponendo, nel caso del SNPA, anche possibili indicatori che potrebbero essere utilizzati per la predisposizione di futuri obiettivi, coordinati dalla Rete dei Referenti, da sottoporre al CTP/CF per triennio 2017-2020.

---

Il Sistema Agenziale potrebbe:

- farsi portavoce presso i Ministeri/ Assessorati regionali di riferimento delle attività ed output della Rete dei Referenti, in tema EMAS/Ecolabel per il turismo – indicatore proposto: n. incontri realizzati;
- istituire dei Tavoli di lavoro che coinvolgano le rappresentanze degli enti e delle strutture con l'obiettivo principale di sottoscrivere accordi di programma per scopi promozionali, in modo da coordinare ed ottimizzare i singoli contributi - indicatore proposto: n. accordi di programma;
- organizzare delle campagne di comunicazione ambientale, così come dei corsi di formazione, sulle certificazioni ambientali per il turismo volti ai portatori d'interesse pubblici e privati (ad esempio giornalisti in collaborazione con gli Ordini dei giornalisti regionali) - indicatore proposto: n. eventi informazione/formazione;
- istituire un sistema di gemellaggi interni al sistema interagenziale per favorire la condivisione di esperienze e l'omogeneizzazione tra le ARPA/APPA - indicatore proposto: n. gemellaggi;
- rafforzare la partecipazione ai Club EMAS per sviluppare azioni di formazione e informazione presso tutti i Soggetti interessati e raccogliere le istanze delle organizzazioni che hanno aderito ai Regolamenti EMAS ed Ecolabel - indicatore proposto: n. nuove partecipazioni Agenzie.

Le aziende di promozione turistica potrebbero:

- definire pacchetti di vantaggi per le strutture certificate Ecolabel UE, da applicare in prima battuta ad alcuni territori pilota e poi da estendere a tutte le altre Regioni (ad esempio, convenzioni e scontistiche a favore degli ospiti delle strutture da parte di stabilimenti balneari, stazioni sciistiche, musei, parchi, agenzie di viaggio, etc);
- dare maggiore visibilità alle organizzazioni del settore turistico in possesso della registrazione EMAS o del marchio Ecolabel UE, in particolar modo sui portali web.

Gli Enti Pubblici potrebbero:

- offrire supporto tecnico alle strutture che vogliono ottenere o mantenere il marchio Ecolabel UE;
- prevedere un adeguato sistema di benefici, incentivi ed agevolazioni (riduzione dell'imposta di soggiorno, riduzione della tariffa rifiuti, convenzioni con trasporti e servizi locali, etc...).

Gli enti pubblici registrati EMAS dovrebbero:

- prevedere la promozione e l'incentivazione alla diffusione del marchio Ecolabel UE all'interno dei loro programmi ambientali, nonché in quelli delle Organizzazioni registrate EMAS che operano in ambito turistico;
- creare una piattaforma online dedicata al turismo "certificato" EMAS-Ecolabel, costruita in modo user-friendly, col linguaggio accattivante del Web 2.0, che consenta anche meccanismi di prenotazione online (tipo Booking.com), oppure social (recensioni degli utenti, collegamento a profili Facebook, Twitter, canale YouTube, etc.).

Le risorse finanziarie per sostenere le iniziative illustrate potrebbero provenire da budget interagenziali, programmi europei e fondi di sviluppo strutturale.

## ALLEGATO I

Soggetti coinvolti nell'applicazione Reg. ti EMAS/Ecolabel per il turismo

Lo schema di suddivisione dei gruppi target omogenei per natura giuridica è riportato di seguito:

	Livello territoriale	Livello produttivo
Area Istituzionale	Gruppo 1	Gruppo 2
Area Operativa	Gruppo 3	Gruppo 4

I singoli Gruppi si differenziano, quindi, per composizione ed operatività come riportato negli schemi che seguono.

Gruppo 1	
Descrizione	Rappresenta gli Enti e le Istituzioni di carattere Nazionale o Locale che hanno responsabilità politica od amministrativa.
Funzioni	Identificazione di Policy in tema di sviluppo e protezione ambientale, definizione del Quadro Normativo, applicazione di Direttive Comunitarie, definizione ed implementazione di sistemi di incentivazione e finanziamento
Composizione e	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare;</li><li>- Ministero dello Sviluppo Economico;</li><li>- Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo;</li><li>- Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca;</li><li>- Governi Regionali;</li><li>- ISPRA;</li><li>- Agenzie per l'Ambiente Regionali;</li><li>- Associazione Nazionale dei Comuni Italiani;</li><li>- Università ed altri Enti di ricerca;</li><li>- Scuole.</li></ul>

Gruppo 2	
Descrizione	Rappresenta gli Enti e le Istituzioni di carattere territoriale con responsabilità amministrativa su porzioni di territorio o agenzie di sviluppo turistico
Funzioni	Identificazione di regolamenti attuativi in tema di sviluppo e protezione ambientale, promozione territoriale e di settore, attuazione e diffusione di sistemi di incentivazione e finanziamento
Composizione e	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aree naturali protette;</li><li>- Enti Parco;</li><li>- Comunità montane;</li><li>- Comprensori;</li><li>- Altre aree soggette a tutela (siti archeologici, siti UNESCO, etc...);</li><li>- ENIT – Agenzia Nazionale per il Turismo.</li></ul>

Gruppo 3	
Descrizione	Rappresenta Associazioni non governative e soggetti impegnati a livello di promozione e sviluppo territoriale.
Funzioni	Supporto agli Enti per la revisione della Policy e degli strumenti normativi, campagne di sensibilizzazione, promozione territoriale e di sviluppo, promozione ed attuazione di sistemi di incentivazione e finanziamento
Composizione e	<ul style="list-style-type: none"><li>- Gruppi di Azione Locale (GAL);</li><li>- Associazioni ambientaliste;</li><li>- Associazioni dei consumatori;</li><li>- Parti sociali.</li></ul>

---

Gruppo 4	
Descrizione	Rappresenta Associazioni di Categoria che operino a livello di tessuto produttivo, in particolare nel settore del turismo
Funzioni	Sensibilizzazione e promozione di policy ambientali e di sviluppo presso operatori del settore, promozione ed attuazione di sistemi di incentivazione e finanziamento
Composizione e	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sistema delle Camere di Commercio;</li><li>- Associazioni di settore e di categoria della ricettività (alberghi, campeggi, ecc...)</li><li>- Altre associazioni di settore e di categoria del terziario (tour operator, agenzie di viaggio, ATP, trasporti, strutture ricreative, etc...)</li></ul>

---

## ALLEGATO II

### Descrizione dei principali Club EMAS ed Ecolabel

#### EMASClub Emilia Romagna

EMASClub è l'iniziativa promossa dalla Regione Emilia Romagna, realizzata con il supporto tecnico di ERVET, per diffondere e valorizzare le organizzazioni "green" emiliano – romagnole impegnate in un percorso di qualità ambientale certificato. L'EMASClub ha, tra l'altro, predisposto un sito web ([www.emasclub.it](http://www.emasclub.it)) nel quale è possibile conoscere le organizzazioni aderenti a EMASClub, consultare le organizzazioni emiliano – romagnole registrate EMAS, quelle con prodotti a marchio Ecolabel, oltre a quelle con la dichiarazione di prodotto (EPD). Sempre da tale sito, è possibile visualizzare le statistiche nazionali, regionali e settoriali, nonché accedere ad una serie di informazioni su EMAS e su Ecolabel e su come aderirvi.

#### Club EMAS Friuli Venezia Giulia

Il Club EMAS Friuli Venezia Giulia è un'associazione senza scopo di lucro che promuove la sostenibilità attraverso iniziative e attività in collaborazione con tutte le organizzazioni pubbliche e private del Friuli Venezia Giulia che aderiscono alla registrazione EMAS.

L'obiettivo è creare un'unica voce e diventare l'interlocutore principale con le amministrazioni per tutte le tematiche che riguardano il vivere sostenibile e l'ottimizzazione nella gestione delle risorse, sia economiche che umane. In particolare, il club si prefigge di:

- Valorizzare l'importanza dei sistemi di gestione ambientale come strumenti indispensabili per un vivere sostenibile e per un'ottimizzazione nella gestione delle risorse, sia economiche che umane;
- Avanzare proposte orientate esplicitamente al riconoscimento degli sforzi fatti dalle organizzazioni nel conseguire e mantenere efficiente la registrazione EMAS, anche attraverso il riconoscimento di contribuzioni economiche, agevolazioni amministrative, riduzioni di canoni e/o tariffe;
- Convogliare le necessità e le esigenze, comuni a più organizzazioni, in un'unica voce che le rappresenti e che possa essere punto di riferimento sul territorio;
- Realizzare specifici eventi tematici, anche attraverso attività permanenti quali l'organizzazione di forum e gruppi di ricerca.

#### Club EMAS Ecolabel Lazio

Il Club EMAS Ecolabel Lazio nasce nel settembre 2011 durante i lavori di preparazione dell'evento "**Foreste e Qualità dell'Abitare**" che ha visto l'impegno del Comune di Oriolo (registrato EMAS) oltre ad altri promotori dell'iniziativa. In questo contesto, è nata l'esigenza di proseguire questo cammino anche dopo l'evento per costruire una rete di soggetti interessati a gestire correttamente il territorio e ad attuare concretamente una politica ambientale.

Da qui la scelta di seguire la strada già intrapresa in altre regioni d'Italia (Emilia Romagna, Veneto, Puglia) e in Europa (Spagna e Germania) e far nascere il Club EMAS ECOLABEL Lazio (CEEL).

L'associazione ha lo scopo di promuovere la diffusione nel Lazio dell'EMAS, dell'Ecolabel e di altre certificazioni ambientali di sistema e di prodotto e di ottenere maggiore attenzione per enti ed imprese che si impegnano per migliorare le proprie prestazioni ambientali.

#### Club EMAS ed Ecolabel Puglia

Il Club EMAS ed Ecolabel Puglia, come per altre iniziative già avviate in Italia ed in Europa, punta a rafforzare la visibilità delle certificazioni ambientali, di sistema e di prodotto (EMAS, ISO 14001, ECOLABEL, EPD, etc.), sviluppandone una loro maggiore capacità comunicativa, ovvero ad attivare e sviluppare relazioni tra il sistema regionale delle organizzazioni certificate EMAS ed ECOLABEL e i possibili interlocutori aumentandone le informazioni e la consapevolezza.

Il Club punta a:

- Sviluppare una maggiore capacità comunicativa rafforzando la visibilità delle certificazioni ambientali;
- Rafforzare la visibilità delle organizzazioni che hanno ottenuto la registrazione EMAS ed Ecolabel della Puglia e valorizzare le loro esperienze;

- 
- Creare un network di organizzazioni, competente e autorevole in materia di produzione e consumo sostenibile, dotato di una propria identità;
  - Aumentare la consapevolezza dell'importanza della variabile ambientale nei principali stakeholders (Enti Locali, Associazioni, Cittadini, Consumatori, etc.).

#### Club EMAS Veneto

Il Club EMAS Veneto (CEV) è un'associazione senza scopo di lucro che persegue finalità culturali, scientifiche e di promozione in campo ambientale ed ha, in particolare, lo scopo di promuovere la cultura di una nuova dinamica di relazioni tra settore pubblico e privato ad incentivare la diffusione del regolamento EMAS all'interno della Regione Veneto. Possono aderirvi tutte le organizzazioni venete che attuano un sistema di gestione ambientale secondo il regolamento EMAS.

Il Club EMAS Veneto (CEV) nasce come gruppo di lavoro spontaneo nel novembre del 2007.

Il CEV ha trovato l'ampio supporto delle organizzazioni registrate EMAS del Veneto che riconoscono la necessità di trovare una nuova dinamica di relazione con il sistema pubblico, al fine di favorire un approccio collaborativo in grado di valorizzare le aziende che operano in una logica di sviluppo sostenibile ed in accordo con le attuali politiche ambientali dell'Unione Europea.



Sistema Nazionale  
per la Protezione  
dell'Ambiente

ISPRA  
ARTA Abruzzo  
ARPA Basilicata  
ARPA Calabria  
ARPA Campania  
ARPA Emilia-Romagna  
ARPA Friuli Venezia Giulia  
ARPA Lazio  
ARPA Liguria  
ARPA Lombardia  
ARPA Marche  
ARPA Molise  
ARPA Piemonte  
ARPA Puglia  
ARPA Sardegna  
ARPA Sicilia  
ARPA Toscana  
ARPA Umbria  
ARPA Valle d'Aosta  
ARPA Veneto  
APPA Bolzano  
APPA Trento

