

STORIA POLITICA SOCIETÀ

QUADERNI DI SCIENZE UMANE



semestrale
solstizio d'inverno
dicembre 2007
solstizio d'estate
giugno 2008
solstizio d'inverno
dicembre 2008
anno VIII numero 12-13-14

LO STATUTO ALBERTINO 160 ANNI DOPO

Classe politica e Statuto albertino: l'interpretazione di Giuseppe Maranini <i>Alberto de Sanctis</i>	4
---	---

LIBERTÀ E POTERE

Leo Strauss: il liberalismo antico e il liberalismo moderno <i>Alberto Ghibellini</i>	14
--	----

SAGGI E CONFRONTI

La disciplina comunitaria della concorrenza <i>Giovanni Cofrancesco</i>	26
--	----

L'efficacia degli stereotipi nel processo di formazione dell'opinione pubblica <i>Mascia Ferri</i>	58
---	----

Il modello nel modello: l'«enciclopedia» omerica e l'oratoria. Alle origini del discorso politico <i>Andrea Catanzaro</i>	71
---	----

STUDI E RICERCHE

Elettori e partecipazione nelle primarie comunali di Cagliari <i>Fulvio Venturino</i>	84
--	----

L'indipendenza delle banche centrali. Riflessi sulla politica democratica <i>Giampiero Cama</i>	99
---	----

Orientamenti valoriali e comportamento elettorale dei giovani: risultati dall'analisi di un modello causale con variabili latenti <i>Luca Sabatini</i>	106
--	-----

Pratiche di pressione politica nella repubblica islamica dell'Iran. Il caso del movimento studentesco <i>Paola Rivetti</i>	122
--	-----

Partecipanti e parrocchiali: un'interpretazione della partecipazione alle primarie comunali di Alghero <i>Carlo Pala, Antonella Seddone</i>	133
---	-----

Identità e partecipazione politica dei giovani in Liguria: tradizione e innovazione, disincanto e delega <i>Stefano Bonabello</i>	149
---	-----

Mappa dinamica e reti di relazioni. Studio di un quartiere genovese: il Campasso <i>Laura Longoni</i>	158
---	-----

CONSIDERAZIONI E LETTURE

Giovani e partiti politici in Europa: lealtà, defezione o protesta? <i>Lorenzo Viviani</i>	178
---	-----

Cambiamento e adattamento dei partiti nei sistemi <i>multi-level</i> . Una prima riflessione <i>Fabio Sozzi</i>	201
--	-----

I traffici intermediterranei <i>Alessandro Figus</i>	215
Turismo sostenibile e certificazioni ambientali: il caso ECOLABEL <i>Raffaella Afferni, Stefania Mangano</i>	226
LABORATORIO DI IDEE	
La <i>Plebiscitary Politics</i> : per una lettura dei modelli politici nei poemi omerici <i>Andrea Catanzaro</i>	240
Reti digitali e partecipazione in Italia: un quindicennio fra continuità e innovazione <i>Michela Balocchi, Anna Carola Freschi, Luca Raffini</i>	253
Comunicare con la pubblica amministrazione: l'Ufficio relazioni con il pubblico <i>Clio Caminati</i>	275
EUROPA CIVILE	
La formazione dell'identità nello spazio pubblico europeo: prospettive teoriche a confronto <i>Cristiano Bee</i>	286
COSTUME E CULTURA	
Scorci di Ottocento <i>Raffaella Saponaro</i>	308
RECENSIONI E SCHEDE	
<i>a cura di Lorenzo Grifone Baglioni, Laura Grazi, Maddalena Bartolini, Debora Bottani, Andrea Pirni</i>	328



Raffaella Afferni
Stefania Mangano¹

Turismo sostenibile e certificazioni ambientali: il caso ECOLABEL

1. Il turismo e le sue prospettive di crescita

Il turismo negli ultimi anni ha registrato livelli di crescita tali da diventare una delle più importanti attività economiche del mondo²: si è passati infatti da 170 milioni di arrivi turistici internazionali nel 1971 a 840 milioni nel 2006. Tale cifra, secondo le stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), dovrebbe superare nel 2010 il miliardo, per raddoppiare nel decennio successivo. A questo settore economico si deve la produzione di circa il 12% del Prodotto Interno Lordo mondiale, grazie all'attività svolta dai suoi occupati che rappresentano quasi il 6% della popolazione del pianeta. Nonostante un breve periodo di rallentamento sul trend di crescita previsto, a seguito degli attentati terroristici dell'11 settembre 2001, lo sviluppo del turismo può ormai essere considerato un dato di fatto. Se nel passato la crescita di tale settore era essenzialmente legata allo sviluppo economico, oggi invece si è registrato un cambiamento; maggiore spazio è attribuito anche a formule di turismo diverse e più sostenibili anche dal punto di vista ambientale e sociale. A tal proposito si è aperto un vero e proprio dibattito internazionale che ha portato a una definizione di turismo sostenibile, maturata parallelamente a quella di sviluppo sostenibile e basata essenzialmente sull'equilibrio tra gli aspetti ambientali, sociali ed economici.

Non a caso nel febbraio del 2007 il segretario generale della OMT, Francesco Frangilli, in occasione di un intervento in tema di crescita incontrollata del turismo, ha affermato, con una certa cautela, come sia sempre più evidente che il turismo stia «caddendo vittima – tuttavia contribuendovi – del cambiamento climatico e della riduzione della biodiversità. Il cammino che abbiamo davanti è pertanto segnato da un genere diverso di crescita: più moderato, solido e responsabile... Oggi grava sulle nostre spalle una responsabilità più pesante, la responsabilità di rendere questa fase di crescita più economica nell'uso dell'energia e delle risorse naturali, più sostenibile e, infine, più in sintonia con uno spirito di solidarietà»³.

La sostenibilità del turismo è pertanto un tema imprescindibile e, facendo riferimento a quanto espresso dall'OMT già a fine anni '80, il turismo sostenibile⁴ dovrebbe

essere il principio guida per una gestione delle risorse tale che i bisogni economici, sociali ed estetici possano essere soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita. Il turismo dovrebbe quindi reggersi sul successo imprenditoriale ed economico, contribuendo alla tutela, alla conservazione e allo sviluppo dell'ambiente, e assumere il ruolo di attività responsabile nei confronti della società e dei valori culturali.

A partire dagli anni '90 è stato avviato un proficuo dibattito sul tema della sostenibilità, dal quale sono scaturiti, non solo in ambito internazionale, tutta una serie di documenti volti a indirizzare le azioni tanto dei soggetti pubblici, quanto di quelli privati che intendano operare in campo turistico nel rispetto di un'etica comportamentale.

Tra i documenti di livello internazionale si ricordano l'*Agenda 21*, la cui stesura si richiama ai temi della conferenza di Rio de Janeiro del 1992 e nella quale si evidenzia il ruolo che il turismo può svolgere nella salvaguardia delle risorse naturali e ambientali. Nella *Carta del Turismo Sostenibile*, prodotta nell'omonima conferenza mondiale tenutasi nel 1995 a Lanzarote, vengono invece definite priorità, obiettivi e mezzi necessari a promuovere un turismo durevole, stabilendo non solo linee di azione concrete⁵, ma anche raccomandando l'adozione di specifiche misure per promuovere l'integrazione del turismo nella strategia complessiva di sviluppo sostenibile.

Nel 1996 l'OMT, il World Tourism and Travel Council (W TTC) e l'Heart Council hanno fatto proprie le direttive di *Agenda 21* e le hanno applicate ai progetti sul turismo, definendo l'*Agenda 21 per l'industria del turismo: verso uno sviluppo sostenibile*. L'anno successivo dalla *Dichiarazione di Berlino*, firmata dai ministri dell'Ambiente dell'Unione Europea riuniti per la Conferenza Internazionale sulla Biodiversità e il Turismo, emerge come la conservazione della natura e della biodiversità siano imprescindibili per le attività turistiche, rappresentandone le principali risorse.

Nel 1998 le Nazioni Unite hanno proclamato il 2002 l'*Anno Internazionale dell'Ecoturismo*; nel 1999 l'OMT, a Santiago del Cile, ha adottato i principi del *Codice Mondiale di Etica del Turismo* e nel 2002, al Vertice Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile di Johannesburg, gli Stati partecipanti hanno assunto l'impegno di cercare di ridurre la povertà attraverso il turismo. Nel 2004 viene pubblicato un documento dell'OMT contenente le «Linee-guida e prassi di gestione per lo sviluppo sostenibile del turismo» che sono applicabili a tutte le forme di turismo, in tutti i tipi di destinazioni, compreso il turismo di massa e i vari segmenti del turismo di nicchia⁶.

Infine nel 2005 l'OMT e l'UNEP hanno stabilito dodici obiettivi per un turismo sostenibile che sono: vitalità economica, prosperità locale, qualità del lavoro, equità sociale, soddisfazione dei visitatori, controllo locale, benessere della comunità, ricchezza culturale, integrità fisica, diversità biologica, efficienza delle risorse e purezza ambientale.

Non va comunque dimenticato che dalla metà degli anni '90, lo sviluppo sostenibile del turismo è divenuto una priorità anche per le Istituzioni comunitarie: nel quinto Programma Ambiente (1993-1997) dell'Unione Europea «si ribadisce che il turismo è un settore trasversale come regola generale e che pertanto la politica turistica europea dovrebbe essere complementare alle politiche attuate dagli Stati Membri». Nel 1999 alcuni Enti Parco europei hanno sottoscritto la *Carta Europea del Turismo durevole* nelle Aree Protette, manifestando un interesse nei confronti di un turismo ispirato e conforme ai principi dello sviluppo sostenibile. Oltre ai principi di base comuni a quelli internazionali, vengono previste una valutazione dei piani d'intervento e un protocollo di

valutazione, offrendo così due strumenti per misurare l'efficacia delle azioni intraprese e ponendo le basi per un confronto nel mantenimento delle peculiarità territoriali.

Nel 2004, nell'ambito della Commissione Europea, è stato costituito il *Tourism Sustainability Group* (TSG) con il compito di formulare una proposta di *Agenda 21 europea sul turismo* dalla quale far scaturire veri e propri piani di azione strategica intesi a proteggere risorse e tradizioni di specifici territori fino ad allora oggetto di un turismo poco attento alla salvaguardia socioambientale.

Dalla Conferenza dei ministri del Turismo degli Stati Membri dell'Unione, tenutasi a Vienna il 21 marzo 2006, è emerso in conclusione il ruolo fondamentale del turismo all'interno dell'economia comunitaria, così come la necessità che l'Unione Europea contribuisca a garantire la sostenibilità economica, sociale e ambientale del turismo sia in Europa che all'estero, mediante il raggiungimento di un buon equilibrio tra settore pubblico e settore privato. In tal senso giocano un ruolo di primaria importanza i marchi di qualità quali ECOLABEL ed EMAS.

2. Che cos'è il turismo sostenibile

Oggi non è più possibile parlare di turismo senza fare riferimento all'ambiente, in quanto entrambi si influenzano a vicenda con dinamiche collegate ad aspetti di natura sociale, storica e culturale.

Le attività turistiche trovano nelle risorse ambientali il patrimonio indispensabile per il proprio sviluppo; viceversa, l'ambiente trae beneficio dalle risorse valorizzate dalle attività turistiche, ma solo nel caso in cui siano con esso compatibili.

L'ambiente e il territorio, così come il patrimonio culturale, non sono solo fattori chiave dell'offerta turistica, ma beni indispensabili per lo sviluppo e la sostenibilità economica, ambientale e sociale e pertanto richiedono, oltre al monitoraggio dei cambiamenti, un'accurata gestione delle risorse, unite alla sensibilizzazione delle parti coinvolte (turisti, popolazione, operatori, politici).

Il rapporto turismo-ambiente dovrebbe essere in grado di coniugare tipologie turistiche integrate col territorio e volte al rafforzamento delle identità locali, ovvero un turismo al passo con le esigenze del mercato e capace di mantenere col passare del tempo quelle caratteristiche di unicità che ne determinano l'attrattività.

I principi del turismo sostenibile, come affermato in precedenza, sono strettamente connessi al più generale concetto di sviluppo sostenibile, ovvero alla possibilità di attingere alle risorse del presente con un'attenzione alla loro preservazione per il futuro. In tal senso l'OMT ha individuato tre caratteristiche irrinunciabili del turismo sostenibile:

- le risorse ambientali devono essere protette;
- le comunità locali devono beneficiare del turismo sia in termini di reddito sia in termini di qualità della vita;
- i visitatori devono vivere un'esperienza di qualità.

Queste tre caratteristiche sviluppano la cosiddetta regola delle tre «E» nata in ambiente anglosassone, ovvero *environment* (ambiente), *ethics* (etica) ed *economy* (economia)⁷.

Il turismo ecosostenibile esercita il suo impegno e concentra la sua attenzione principalmente sul primo aspetto, il fattore ambientale. In un dossier dedicato al turismo sostenibile, i rappresentanti dell'associazione Italia Nostra dichiarano che è sostenibile solo quel turismo che tiene conto del fatto che le risorse su cui poggia non sono illimitate⁸. In un articolo apparso sulla rivista ambientale del Consiglio d'Europa si afferma

inoltre come per turismo sostenibile debba intendersi «ogni forma di attività turistica che rispetta e preserva a lungo termine le risorse naturali, culturali e sociali e che contribuisce in modo positivo ed equo allo sviluppo economico e al benessere degli individui che vivono e lavorano in questi spazi»⁹.

Dalla *Carta sull'etica del turismo e dell'ambiente*, elaborata dal Touring Club Italiano con il contributo della Commissione dell'Unione Europea e della Regione Lombardia, si evince come gli interventi di pianificazione e sviluppo turistico dovrebbero considerare «le interrelazioni fra tutti i fattori ambientali-fisici, biologici, umani, animali, vegetali, culturali e spirituali – al fine di evitare effetti negativi sull'ambiente... La diversità delle specie e l'integrità dell'ecosistema non possono essere sostituite o rimpiazzate: perciò è inappropriato pensare a un turismo che minacci questi valori. Studi efficaci di valutazione di impatto ambientale, applicato allo sviluppo del turismo, sono un requisito essenziale per creare un turismo sostenibile».

Il turismo sostenibile viene promosso a livello internazionale, comunitario e nazionale da diversi enti e organismi che si prefiggono di incentivare un settore le cui implicazioni economiche, ambientali e socioculturali possono condizionare lo sviluppo e la crescita dell'intero ecosistema.

Tra le principali istituzioni e associazioni attive a scala sovranazionale si possono ricordare l'OMT, organizzazione intergovernativa con il compito di incentivare e sviluppare il turismo quale strumento per lo sviluppo economico e il commercio internazionale; la United Nations Environment Programme (UNEP), rivolta ad assistere i governi nella creazione e implementazione di piani politici ambientali; il World Travel and Tourism Council (WTTTC) che rappresenta il settore industriale dei viaggi e turismo a livello mondiale, e la cui *mission* è di accrescere la consapevolezza dell'entità dell'impatto economico del settore nel generare ricchezza e lavoro e di incoraggiare crescita e prosperità a lungo termine. Altri soggetti sono la Commissione delle Nazioni Unite sullo Sviluppo Sostenibile (CSD) che, nata al fine di garantire l'attuazione dell'*Agenda 21* e della Dichiarazione di Rio sullo Sviluppo e l'Ambiente formulate durante la Conferenza Mondiale del 2002, fornisce una guida politica a livello locale, nazionale e internazionale di supporto al Piano d'Implementazione di Johannesburg; l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura (UNESCO), che coordina e promuove le attività del Decennio dell'Educazione allo Sviluppo Sostenibile 2005-2014 (DESS), ovvero una campagna finalizzata a sensibilizzare governi e società civili di tutto il mondo verso la necessità di un futuro più equo e armonioso, rispettoso del prossimo e delle risorse del pianeta, valorizzando il ruolo dell'educazione; il Dipartimento per lo Sviluppo Sostenibile (SD), nato con l'intento di imprimere un approccio strategico integrato allo sviluppo e responsabile del coordinamento delle azioni della FAO successive alla Conferenza Mondiale sullo Sviluppo e l'Ambiente del 1992; l'Istituto Internazionale per l'Ambiente e lo Sviluppo (IIED) e l'Istituto Internazionale per lo Sviluppo Sostenibile (IISD) che conducono infine ricerche di supporto alle decisioni governative in materia di turismo e sviluppo sostenibile.

Su scala europea si può annoverare innanzitutto l'Unità Turismo della Commissione Europea, che svolge attività di supporto al settore turistico mettendo a punto strategie di politica comunitaria sul turismo e il cui obiettivo principale è favorire la competitività e la sostenibilità del settore, puntando ad aumentare la cooperazione tra tutti i soggetti interessati. Va menzionato poi il Gruppo per la Sostenibilità del Turismo, che ha il compito di intraprendere le azioni rivolte a delineare le linee guida per un'adeguata gestione delle destinazioni turistiche utilizzando indicatori e sistemi di monito-

raggio; tale Gruppo è rappresentato da membri di istituzioni internazionali, di governi regionali e di autorità locali, oltre che da rappresentanti dell'industria turistica e delle corporazioni professionali con esperienza nel settore. L'Agenzia Europea per l'Ambiente (EEA) si è invece occupata della progettazione di *DestiNet*, un portale pensato per tutti coloro che hanno un ruolo nella gestione delle destinazioni turistiche a livello europeo e organizzato in modo da facilitare la disseminazione delle informazioni e a ottimizzare le decisioni e la valutazione circa l'efficacia delle misure prese.

Tra le istituzioni e associazioni attive a livello nazionale emerge in primo luogo l'Associazione Cultura Turismo Ambiente (ACTA), che opera nella ricerca e nella sperimentazione di prodotti e servizi innovativi per il turismo e che collabora con l'Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e per i Servizi Tecnici (APAT) nella promozione e nel supporto dell'applicazione dell'ECOLABEL europeo, mediante la ricerca dei criteri di attribuzione e l'organizzazione di iniziative di divulgazione pubblica. Essa ha contribuito all'elaborazione della *Carta Europea del Turismo Sostenibile* della Federazione Europarc e aderisce alla rete europea Ecotrans, costituita da organizzazioni e professionisti europei che si occupano di turismo, ambiente e sviluppo. In tema di turismo sostenibile è inoltre da ricordare l'Associazione Italiana del Turismo Responsabile (AITR) che, costituita da associazioni, organizzazioni e cooperative che svolgono attività nel campo del turismo responsabile, favorisce lo scambio d'informazioni e il coordinamento tra gli associati¹⁰. Tra questi ultimi si ricordano il Centro Turistico Studentesco e Giovanile (CTS), sezione Ambiente; Legambiente, sezione Turismo di Qualità; e WWF Italia, ufficio Turismo. Una delle ultime iniziative intraprese dall'AITR è stata la sottoscrizione nel novembre 2006 di un protocollo d'intesa con il CTS ambiente e l'Unione delle Province Italiane (UPI) al fine di sviluppare un'offerta turistica compatibile con l'ambiente e lanciare nelle diverse province italiane un marchio di qualità ambientale in ambito turistico.

3. Il sistema europeo di certificazione EMAS ed ECOLABEL

Nei primi anni '90, a seguito dell'affermazione del concetto di sviluppo sostenibile, a livello planetario si diffonde l'esigenza di introdurre sistemi di certificazione ambientale volti ad attivare processi volontari basati sul miglioramento della gestione e la salvaguardia dell'ambiente. Tale esigenza deriva fondamentalmente dall'attribuzione di una valenza negativa allo sviluppo industriale, considerato dalle comunità locali come la maggiore causa di degrado ambientale. La conseguenza più evidente di questo atteggiamento è ravvisabile nella decisione, da parte di alcune istituzioni nazionali, di intervenire a livello legislativo introducendo norme ambientali sempre più rigide, che prevedono sanzioni nei confronti dei contravventori e demandano alle autorità competenti l'effettuazione di verifiche difficili e complesse, spesso eseguibili in maniera episodica e incompleta, al punto che il controllo del rispetto della legislazione ambientale risulta complicato e spesso inefficace. Si è determinato pertanto un circolo vizioso che ha fatto maturare, soprattutto a livello europeo, il convincimento della necessità di un mutamento radicale del tipo di politica da adottare per conseguire risultati significativi sul piano del miglioramento delle condizioni ambientali.

Il cambiamento è stato attuato introducendo con il Quinto Programma d'Azione in campo ambientale della Unione Europea (1993-2000) alcuni principi innovativi capaci di incidere non solo sul modo di impostare la nuova legislazione ambientale, ma anche sulle modalità di produzione delle imprese e di comunicazione con il pubblico.

Tra questi principi, quelli che hanno dato corpo agli schemi di certificazione ambientale rispondono all'esigenza di:

- instaurare un rapporto non conflittuale con le imprese, sollecitando un loro comportamento volontario verso la difesa dell'ambiente, ovvero creare le condizioni affinché le imprese, per rafforzare la loro competitività sul mercato, non debbano solo fornire buoni prodotti a basso costo, ma debbano rendere le loro tecnologie, i loro processi di produzione e i loro prodotti compatibili con la salvaguardia dell'ambiente instaurando un dialogo con il pubblico in merito alle loro prestazioni ambientali;

- attivare la partecipazione del pubblico, individuando efficaci strumenti di formazione e informazione ambientale, favorendo e sviluppando il coinvolgimento della società nei processi decisionali riguardanti la protezione dell'ambiente e la salute dei cittadini, aumentando la consapevolezza delle parti sociali sul ruolo e sul contributo che possono fornire per incidere positivamente sulla sostenibilità dello sviluppo.

L'insieme di questi principi si sono concretizzati negli schemi di certificazione ambientale EMAS ed ECOLABEL, disciplinati rispettivamente dai Regolamenti CE 761/2001 (ex 1836/93) e 1980/2000 (ex 880/92). Essi si prefiggono l'obiettivo di promuovere lo sviluppo economico in armonia con l'ambiente e, a tal fine, mirano a:

- influire sulla responsabilizzazione diretta dei produttori di beni e servizi quali protagonisti del miglioramento delle condizioni ambientali;

- instaurare un processo di informazione sistematica alle parti interessate (Pubblica Amministrazione, cittadini, consumatori, Organizzazioni Non Governative, Oo.ss., ecc.) dei miglioramenti conseguiti o conseguibili;

- introdurre elementi di visibilità per le organizzazioni ambientalmente «virtuose».

Si tratta di strumenti a elevato livello di credibilità, specialmente in Italia, in quanto la registrazione EMAS e la concessione della etichetta ECOLABEL vengono rilasciate da un organismo pubblico, il Comitato per l'ECOLABEL e l'ECO-AUDIT, istituito dal ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, che si avvale, per lo svolgimento delle funzioni assegnate, del supporto tecnico dell'APAT e dell'Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente (ARPA).

I primi cinque anni di applicazione in Europa dei Regolamenti *Eco-Management and Audit Scheme* (EMAS)¹¹ ed ECOLABEL hanno dimostrato la loro forte valenza quali strumenti di prevenzione, di miglioramento ambientale e di comunicazione, tanto che il Sesto Programma d'Azione dell'Unione Europea (2001-2006) invita tutti gli Stati Membri ad accrescerne la diffusione.

Il Sesto Programma invita gli Stati Membri a sviluppare strategie di integrazione, *Integrated Product Policy* (IPP), e a utilizzare gli strumenti di certificazione volontari disponibili (quali ad esempio EMAS, ECOLABEL, ISO 14001, ecc.), a fronte dell'evoluzione delle politiche ambientali, sempre più attente al sistema prodotto e all'affermarsi della considerazione che gli effetti del degrado ambientale sono conseguenza non solo dell'attività produttiva, ma anche del comportamento del consumatore, mediante:

- il *Green Public Procurement* (GPP), per diffondere una politica degli acquisti verdi;

- le Dichiarazioni Ambientali di Prodotto, ovvero etichette ambientali, volte a migliorare le informazioni sull'ambiente tra le imprese e verso i consumatori;

- gli studi di *Life Cycle Assessment* (LCA), come base sistematica per conoscere l'impatto ambientale di prodotti e servizi durante il loro intero ciclo di vita.

A seguito di questo nuovo approccio i due Regolamenti europei EMAS ed ECOLABEL sono stati profondamente innovati¹² tramite:

- l'estensione di EMAS dal solo settore industriale a tutti i settori e l'introduzione del principio di responsabilità anche nei riguardi della gestione degli impatti ambientali indiretti;

- l'estensione del campo di applicazione di ECOLABEL dai prodotti ai servizi.

Con queste innovazioni è stato attribuito un ruolo strategico al pubblico, inteso nell'accezione più generale di settore pubblico e di cittadini-consumatori, in quanto soggetto che con le sue scelte può orientare il mercato¹³.

4. Il marchio europeo della qualità ambientale: l'ECOLABEL

Il Sistema ECOLABEL è uno degli strumenti di politica ambientale e industriale dell'Unione Europea volto a incentivare la presenza sul mercato europeo di prodotti con minor impatto ambientale. La sua richiesta è del tutto volontaria e può essere ottenuto dai produttori, dagli importatori e dai distributori una volta verificato il rispetto dei criteri da parte dei servizi e dei prodotti.

Il Regolamento ECOLABEL¹⁴ ha come finalità la promozione di prodotti potenzialmente in grado di ridurre gli impatti ambientali negativi rispetto agli altri dello stesso gruppo merceologico, contribuendo così a un uso efficiente delle risorse e a un elevato livello di protezione dell'ambiente. La sua ultima revisione¹⁵ presenta alcune importanti novità, tra cui l'estensione del sistema al settore dei servizi e in particolare quelli turistico-ricettivi.

L'ottenimento della certificazione ECOLABEL permette al prodotto o al servizio di utilizzare un'etichetta che attesta la sua rispondenza a specifici requisiti ambientali, che sono oggetto di revisione qualora se ne verifichi la necessità, in modo da premiare sempre l'eccellenza e favorire il miglioramento continuo della qualità ambientale dei prodotti e dei servizi che hanno acquisito tale marchio. L'ECOLABEL può essere usato nei ventisette Stati Membri dell'Unione Europea, così come in Norvegia, Islanda e Liechtenstein.

Il sistema di concessione del marchio è pubblico, il prodotto o servizio è verificato e controllato da una terza commissione indipendente. In Italia tale ruolo viene svolto da APAT, in qualità di supporto tecnico al Comitato ECOLABEL-ECOAUDIT, l'organismo internazionale competente per il rilascio del marchio.

Nel nostro Paese, dal 1998 al 3 marzo 2008, sono state rilasciate 179 licenze ECOLABEL, per un totale di 2.540 prodotti appartenenti a 13 gruppi merceologici¹⁶. Come si può osservare dalla figura 1 il gruppo di prodotti con il maggior numero di licenze ECOLABEL è quello relativo alla ricettività turistica, ove sono state ottenute ben 81 licenze nella scansione temporale considerata. Invece dall'osservazione della figura 2, relativa all'evoluzione delle licenze e dei prodotti-servizi ECOLABEL europeo in Italia tra il 1998 e il marzo del 2008, si evince un trend positivo di crescita sia nel numero totale di licenze concesse che di prodotti a marchio ECOLABEL.

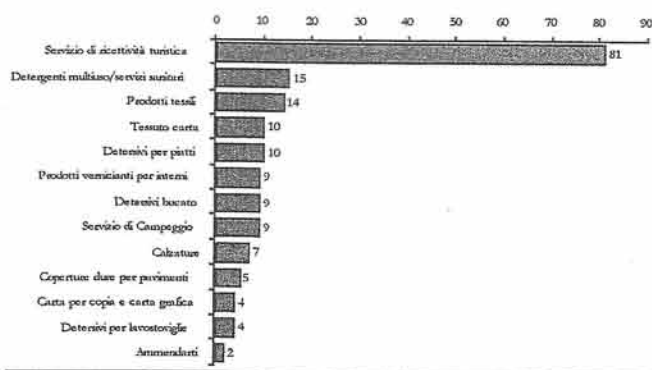


Fig. 1 Distribuzione del numero di licenze Ecolabel europeo in Italia per gruppi di prodotti (fonte: Elaborazione propria a partire dai dati del Settore Ecolabel - APAT, aggiornamento 3 marzo 2008).

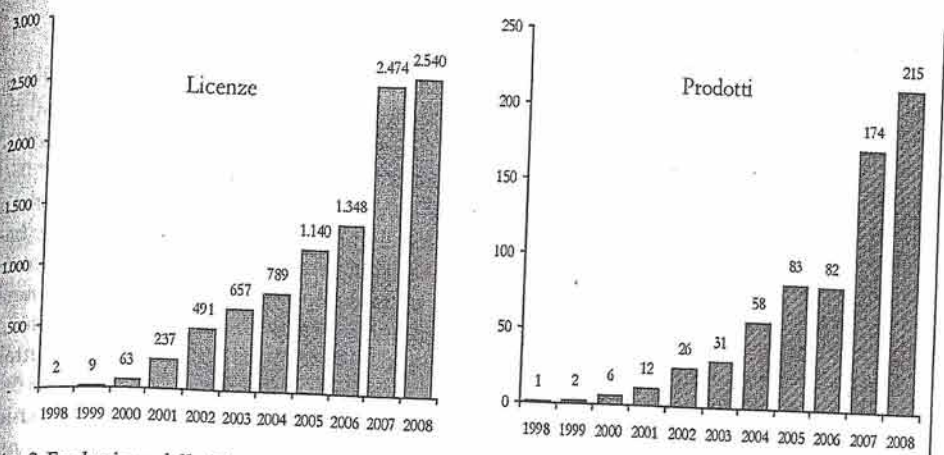


Fig. 2 Evoluzione delle Licenze e dei Prodotti-Servizi Ecolabel europeo in Italia (fonte: Elaborazione propria a partire dai dati del Settore Ecolabel - APAT, aggiornamento 3 marzo 2008).

L'Italia nel periodo analizzato, come evidenzia la figura 3, detiene il primato tra gli Stati dell'Unione Europea per numero di licenze Ecolabel rilasciate e attualmente in vigore.

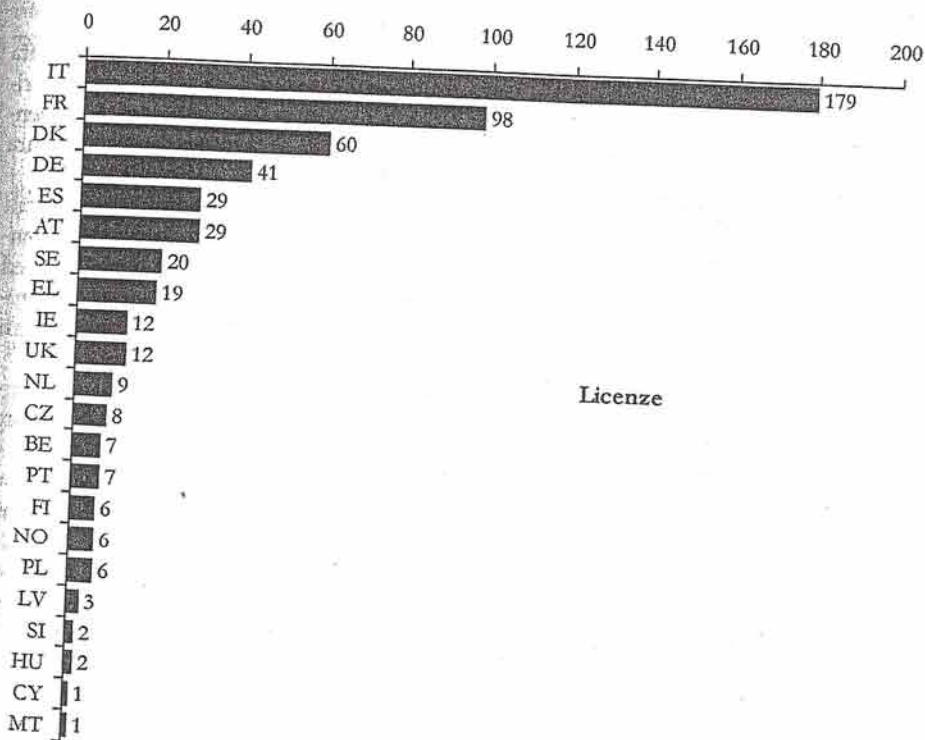


Fig. 3 Europa - Distribuzione del numero di licenze Ecolabel europeo per Stato membro (fonte: Elaborazione propria a partire dai dati della Commissione europea DG ENV/G2/EU Ecolabel, aggiornamento 3 marzo 2008).

5. L'ECOLABEL per il turismo

Dalla primavera del 2003 il marchio ECOLABEL è stato esteso, come si è detto, anche ai servizi¹⁷; nello specifico a quelli legati all'attività ricettiva quali alberghi, agriturismi, rifugi e *bed & breakfast*. A distanza di due anni, tra le strutture che possono accedere all'ECOLABEL sono stati inseriti anche i campeggi che offrono piazzole di sosta attrezzate¹⁸.

Secondo quanto previsto dalla Decisione 2003/287/CE il marchio è però riservato a quelle attività turistiche che forniscono come servizio principale il pernottamento. In base all'articolo 2 di detta Decisione, l'etichetta è infatti applicabile ai soli servizi di ricettività turistica che comprendono «l'erogazione a pagamento del servizio di pernottamento in strutture ricettive dotate di stanze adeguatamente attrezzate con almeno un letto».

L'ottenimento del marchio è legato al possesso di determinati standard ambientali che sono stabiliti sulla base di due categorie di criteri: obbligatori¹⁹ o volontari²⁰. I primi sono quindi vincolanti, i secondi invece sono adottati a discrezione del richiedente in base a una rosa ben definita nell'ambito della quale deve sceglierne un numero minimo.

Si fa presente inoltre che la definizione dei criteri ecologici avviene attraverso l'analisi del ciclo di vita (LCA). Essi mirano a limitare i principali impatti ambientali connessi alle tre fasi del ciclo di vita del servizio:

- acquisto;
- erogazione del servizio;
- produzione di rifiuti.

Gli interventi di miglioramento ambientale connessi alle fasi di detto ciclo di vita intendono in particolare: limitare il consumo energetico e idrico e la produzione di rifiuti, favorire l'utilizzo di fonti rinnovabili e di sostanze meno pericolose per l'ambiente, salvaguardare la biodiversità nelle aree poste sotto controllo diretto della struttura ricettiva, promuovere la comunicazione e l'educazione ambientale.

Una volta che tali criteri vengono adottati a maggioranza qualificata dagli Stati Membri dell'Unione Europea e dalla Commissione Europea, hanno una validità compresa tra i due e i cinque anni. Al termine di questo periodo, vengono riesaminati ed eventualmente resi più restrittivi, in funzione dell'evoluzione del mercato e dei progressi scientifici e tecnologici, al fine di garantire che il prodotto etichettato presenti sempre prestazioni di eccellenza sotto il profilo ambientale.

Attualmente in Italia sono 107 servizi di ricettività turistica e 10 servizi di campeggio che hanno ottenuto l'ECOLABEL e, come si può osservare dalla figura 4, col passare del tempo sono sempre più numerose le strutture che hanno conseguito detta licenza.

Nel contesto nazionale, come si evince dalla tabella 1, le strutture certificate sono distribuite in maniera assai eterogenea. Solo 12 delle 20 regioni italiane annoverano servizi che vantano il marchio e tra queste il Trentino Alto Adige è quella che registra una maggiore incidenza percentuale: è infatti prossima al 60%, seguita dal Piemonte con poco più del 15%, quindi da Emilia Romagna e Toscana che rispettivamente si attestano su valori prossimi all'8% e al 5%. Le restanti oscillano invece su valori che vanno dal 3,4% della Sardegna allo 0,9% di Sicilia, Calabria, Umbria e Friuli-Venezia Giulia. Il programma annuale 2007 e il programma pluriennale 2007-2009 proponevano infatti di livellare tali disequilibri mediante lo sviluppo di specifici accordi e protocolli di intesa con le Regioni, con gli altri enti locali e con le associazioni di categorie interessate.

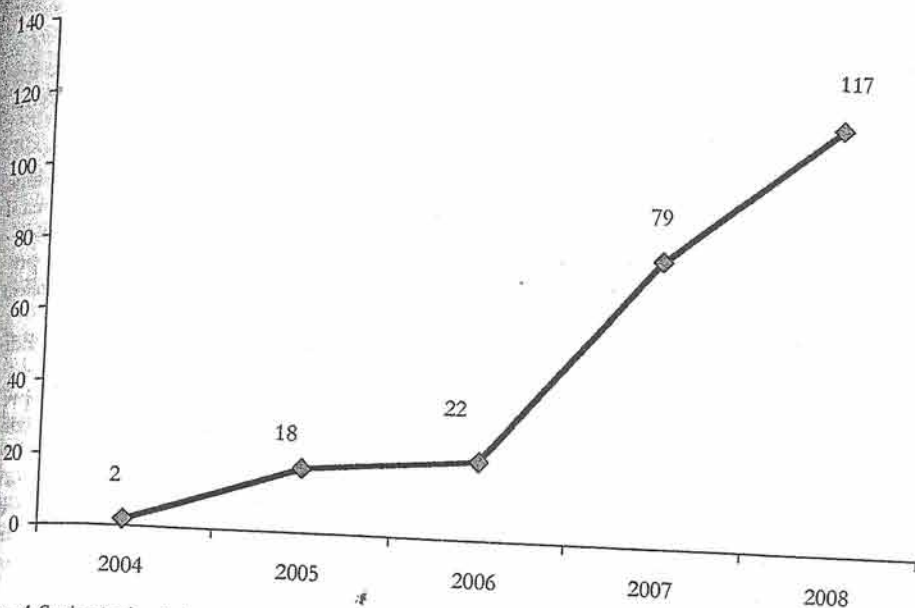


Fig. 4 Serie storica del numero di licenze Ecolabel europeo rilasciate in Italia per il Servizio di ricettività turistica (fonte: Elaborazione propria a partire dai dati di Settore Ecolabel - APAT, aggiornamento 30 novembre 2008).

REGIONI	Strutture Ricettive	Campeggi	Totale Strutture Ricettive	Incidenza % regionale sul tot. Nazionale
TRENTINO ALTO ADIGE	62	6	68	58,1%
PIEMONTE	16	2	18	15,4%
TOSCANA	9		9	7,7%
EMILIA ROMAGNA	6		6	5,1%
SARDEGNA	4		4	3,4%
PUGLIA	3		3	2,6%
VENETO	3		3	2,6%
LIGURIA	1	1	2	1,7%
SICILIA	1		1	0,9%
CALABRIA	1		1	0,9%
UMBRIA	1		1	0,9%
FRIULI VENEZIA GIULIA		1	1	0,9%
TOTALE	107	10	117	100,0%

Tab. 1 Distribuzione territoriale delle strutture ricettive certificate Ecolabel (fonte: Elaborazione propria a partire dai dati di Settore Ecolabel - APAT, aggiornamento 30 novembre 2008).

NOTE

- ¹ Sebbene l'organizzazione e i contenuti siano il frutto di una riflessione comune, la stesura del paragrafo 1, 3 e 5 è da attribuirsi a Stefania Mangano, quella dei paragrafi 2 e 4 a Raffaella Afferni.
- ² L'OMT stima infatti per i prossimi anni una crescita annua media degli arrivi pari al 4,3%.
- ³ Cfr. Hickman L., *Ultima chiamata*, Salani Editore, Milano 2007, p. 393.
- ⁴ Il turismo sostenibile è stato definito sulla base di quanto stabilito nel 1987 dalla Commissione Mondiale sull'Ambiente e sullo Sviluppo delle Nazioni Unite nel Rapporto Brundtland circa il concetto di sviluppo sostenibile interpretato come quello «che soddisfa le necessità delle generazioni presenti senza compromettere le capacità delle generazioni future di soddisfare le loro proprie necessità». Cfr. Brundtland J.H., *Our Common Future: The World Commission on Environment and Development*, Oxford University Press, Oxford 1987.
- ⁵ Le linee di azione si trovano nel Piano d'Azione del Turismo Sostenibile contenuto nell'appendice della Carta del Turismo Sostenibile.
- ⁶ In tal senso il turismo sostenibile deve: 1) Utilizzare al meglio le risorse ambientali che rappresentano un elemento chiave dello sviluppo del turismo, preservando i processi ecologici essenziali e facilitando il mantenimento delle risorse naturali e della biodiversità; 2) Rispettare l'autenticità socioculturale delle comunità ospitanti, conservare il loro patrimonio architettonico, di vita e di cultura e favorire la comprensione e la tolleranza interculturale; 3) Assicurare operazioni economiche proficue di lungo periodo, offrendo benefici socioeconomici equamente distribuiti tra tutti gli interlocutori sociali, tra cui occupazione stabile, possibilità di conseguire un reddito e servizi sociali per le comunità ospitanti, nonché contribuendo alla riduzione della povertà.
- ⁷ Cfr. Canestrini D., *Andare a quel paese, Vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli, Milano 2001.
- ⁸ Cfr. *Bollettino di Italia Nostra: Turismo o conquista?*, «Dossier Turismo Sostenibile», 321, 1995.
- ⁹ *Developpemet Touristique Durable*, 1997.
- ¹⁰ L'associazione nasce in seguito alla sottoscrizione nel 1997 del documento Turismo Responsabile: Carta d'Identità per Viaggi Sostenibili. La Carta propone una serie di raccomandazioni destinate ai viaggiatori, agli organizzatori di viaggi e alle comunità ospitanti, da applicare prima, durante e dopo il viaggio.
- ¹¹ EMAS è un sistema comunitario di ecogestione e *audit* ad adesione volontaria per le imprese e le organizzazioni che desiderano impegnarsi a valutare e migliorare la propria efficienza ambientale. È stato lanciato nel 1995 e sottoposto a revisione nel 2001: è principalmente volto a migliorare l'ambiente e a fornire alle organizzazioni, alle autorità di controllo e ai cittadini (al pubblico in senso lato) uno strumento di valutazione e gestione dell'impatto ambientale di una organizzazione. Esso inoltre è aperto a qualsiasi organizzazione del settore pubblico e privato che intenda migliorare la propria efficienza ambientale. Vi aderiscono gli Stati membri dell'Unione Europea e quelli dello spazio economico europeo.
- ¹² La loro prima revisione è avvenuta tra il 2000 e il 2001.
- ¹³ A tal fine il logo EMAS e il marchio ECOLABEL diventano strumenti di comunicazione ambientale, in quanto contraddistinguono soggetti, siti produttivi, parti di territorio, prodotti e servizi che sono gli *environmental leaders* del mercato europeo.
- ¹⁴ Cfr. Regolamento (Ce) n. 1980/2000 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 luglio 2000, Gazzetta ufficiale delle comunità europee del 21 settembre 2000, http://www.apat.gov.it/certificazioni/site/contentfiles/01378200/1378266_Regolamento1980-00.pdf.
- ¹⁵ Cfr. Direttiva 2003/87/Ce del Parlamento Europeo che stabilisce i criteri per l'assegnazione di un marchio comunitario di qualità ecologica al servizio di ricettività turistica [notificata con il numero C(2003) 235], Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 24 marzo 2003.
- ¹⁶ Cfr. COMITATO ECOLABEL-ECO-AUDIT, Guida Ecolabel 2008, http://www.apat.gov.it/certificazioni/site/files/Ecolabel/Ecolabel_Guida.pdf.
- ¹⁷ Cfr. la già menzionata Direttiva 2003/87/Ce.
- ¹⁸ Cfr. Decisione 2005/338/Ce.
- ¹⁹ I criteri obbligatori sono 37 nel caso dei servizi di ricettività turistica e 36 in quello dei campeggi e devono essere applicati tassativamente qualora applicabili, salvo diverse disposizione legislativa (www.apat.it).

²⁰ I criteri opzionali sono 47 nel caso della ricettività turistica e 66 per il servizio di campeggio. La struttura richiedente deve soddisfarne un certo numero, in modo da raggiungere un punteggio minimo (ogni criterio dà infatti diritto a un punteggio). Il punteggio minimo richiesto varia in funzione dei servizi in aggiunta a quelli di base di pernottamento, quali ad esempio ristorazione, attività ricreativa, ecc.

²¹ I dati si riferiscono ad alberghi, rifugi, *bed & breakfast* e agroturismi.

SITOGRAFIA

<http://www.cnel.it>
<http://www.eea.eu.int>
<http://www.eeb.org>
<http://europa.eu.int>
<http://www.isnart.it>
<http://www.istat.it>
<http://www.onuitalia.it>
<http://www.turismoefinanza.it>
<http://www.uic.it>
<http://www.world-tourism.org>