



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici
(ordinamento ex D.M. 270/2004)

Tesi di Laurea
Turismo e sostenibilità: S.I.S.T, uno strumento per
la valutazione della sostenibilità del turismo 2.0

Relatore
Ch. Prof. Jan Van Der Borg
Ch. Prof. Nicola Camatti

Correlatore
Ch. Prof. Matteo Giannasi

Laureando
Francesco Baroni
Matricola 839411

Anno Accademico
2017/2018

*Dedicato alla mia famiglia
e a tutti coloro che sono così folli
da pensare di poter cambiare il mondo.*

Sommario

Introduzione	5
1. Sostenibilità e sviluppo Sostenibile	8
1.1 Storia dello sviluppo sostenibile.....	9
1.2 Il Turismo Sostenibile	14
2. Analisi della sostenibilità turistica tra domanda e offerta.....	23
2.1 Il profilo ideale del turista sostenibile	23
2.2 Il Profilo della destinazione sostenibile	28
3. Modelli e certificazioni esistenti	31
3.1 Il Sistema Europeo di indicatori per il turismo (ETIS)	31
3.2 Programma Biosphere	33
3.3 Green Globe 21.....	35
3.4 GSTC	38
3.5 Bandiera Blu	40
3.6 Interreg MED Programme.....	42
3.7 Osservazioni sui modelli presi in analisi	47
3.8 Indagine sulla conoscenza del viaggiatore sull'ambito della sostenibilità	48
4. S.I.S.T, Un nuovo strumento per monitorare la sostenibilità turistica	50
4.1.1 Modulo 1 – il questionario per il Turista	87
4.1.2 Modulo 2 – Il questionario per l'Amministrazione della Destinazione Turistica ...	98
4.1.3 Modulo 3 – Il Questionario per le Attività commerciali	113
4.1.4 Modulo 4 - Il questionario per il residente	128
4.2 Modalità di raccolta e presentazione dei dati.....	137
4.3 Il piano di Marketing e Comunicazione	140
5. Conclusioni.....	145
Appendice 1	149

Indice delle Figure

Figura 1: Obiettivi Agenda 203	12
Figura 2: foto di un murales scattata a Lisbona, Novembre 2017	29
Figura 3: I tre livelli di certificazione proposti da GreenGlobe 21	37
Figura 4: Presentazione punteggi prgramma Bandiera Blu divisi per categoria	41
Figura 5: Schematizzazione del processo di valutazione	43
Figura 6: Organigramma	44
Figura 7: Mappa dei Paesi coinvolti nel programma	46
Figura 8: Schematizzazione Modello S.I.S.T.	53
Figura 9: Tabella Valutazioni S.I.S.T.....	54
Figura 10: Aree Tematiche modello S.I.S.T.....	55
Figura 11: Rendering presentazione risultati.....	139
Figura 12: Rendering risultati categoria S.I.S.T.	139
Figura 13: Esempio Social Network	142

Introduzione

Questo studio nasce dal desiderio di approfondire le tematiche della sostenibilità, con un focus particolare sulla sostenibilità turistica, e vuole proporre un nuovo strumento per la valutazione della sostenibilità di una destinazione turistica. Sebbene la discussione sulla sostenibilità sia iniziata nel 1967, si è cominciato a parlare di turismo sostenibile solo nel 1988 e mai come oggi l'argomento è attuale, soprattutto a causa dei sempre più frequenti problemi di gestione dei flussi turistici nelle destinazioni più visitate. Per questo sono partito dallo studio dei documenti ufficiali delle Nazioni Unite e dell'UNWTO¹ che hanno chiarito quali fossero le definizioni di sostenibilità e turismo sostenibile per poi passare all'esame dei report ufficiali sulle conferenze delle Nazioni Unite in ambito di sviluppo sostenibile, al fine di esaminare come la discussione sulle misure da implementare per raggiungere l'obiettivo di una crescita sostenibile si sia evoluta negli anni. Sono poi passato all'analisi dei programmi per la valutazione delle performance di sostenibilità di una destinazione turistica ad oggi esistenti, valutandone le dinamiche, i processi operativi e quali fossero i pro ed i contro di ognuno. La maggior parte di questi strumenti tenta di dare alla sostenibilità una dimensione numerica e reale e ad oggi ce n'è uno universalmente riconosciuto come valido ed affidabile. La gestione dei processi di valutazione viene normalmente lasciata in mano alle amministrazioni locali che si sono storicamente dimostrate pigre nell'implementazione di tali modelli, si voglia per la mancanza di competenze o per la complessità dei processi di raccolta dati e di calcolo dei risultati. A ciò si può probabilmente aggiungere la carente diffusione dell'importanza di un turismo sostenibile nei pensieri dell'opinione pubblica e la scarsa fama di cui godono questi programmi che spesso sono conosciuti solamente dagli addetti ai lavori, il che non permette di poter usare in maniera efficace la certificazione per la promozione turistica. Da queste criticità è nata l'idea di sviluppare un nuovo strumento per il calcolo delle performance di sostenibilità completamente basato sulla percezione che le persone hanno di essa, per rendere la misurazione più oggettiva e credibile la raccolta dati non verrà più gestita solamente

¹La United Nations World Tourism Organization è un organo delle Nazioni Unite che si occupa del coordinamento delle politiche turistiche e che promuove lo sviluppo di un turismo responsabile, sostenibile e universalmente accessibile.

dall'organo che amministra la località in esame ma verrà proposta anche ai turisti che visitano la città, ai residenti ed ai commercianti che quotidianamente la vivono. In questa maniera non solo si semplificano le operazioni di raccolta dati, ma si potrà ottenere un risultato più credibile perché dato dalla risultante di quattro differenti indagini condotte indipendentemente una dall'altra. Lo strumento, denominato S.I.S.T (Social Survey for Sustainable Tourism), consiste in un'analisi divisa in quattro moduli (Turista, Amministrazione Locale, Attività commerciali e Residenti) che viene effettuata attraverso la somministrazione di questionari differenziati per ognuno dei moduli, ma sempre basati su una serie di indicatori di sostenibilità turistica in maniera da cercare di uniformarlo alla base teorica dei modelli già esistenti. Il risultato globale verrà dato dalla media dei risultati ottenuti in ogni modulo. Perché la misurazione sia efficace, è necessario venga effettuata su vasta scala per questo ho teorizzato l'appoggio su una piattaforma social simile a quella di Facebook o Tripadvisor.

Lo scopo di S.I.S.T è quello di proporre un modello gratuito e di facile fruizione, tecnologicamente moderno ed accattivante in maniera da coinvolgere le persone come partecipanti attivi al raggiungimento dello sviluppo sostenibile, facendo leva sulle loro emozioni ed incentivando la partecipazione attraverso un possibile aumento della loro web reputation. Allo stesso tempo si vuole andare a generare interesse attorno all'argomento dello sviluppo sostenibile aprendo la strada a campagne di comunicazione mirate che vadano a favorire le destinazioni turistiche certificate come sostenibili, con l'intento di incoraggiare sempre più destinazioni a far parte del gioco per non perdere strada sui loro "competitors".

Nel primo paragrafo del primo capitolo della tesi viene analizzato il percorso delle Nazioni Unite che ha portato alla definizione di sostenibilità prima ed alla creazione di vari piani d'azione poi, fino ad arrivare ad Agenda 2030, l'ultimo in ordine cronologico, mentre nel secondo paragrafo mi concentro sul turismo sostenibile e sui trattati stilati in materia.

Nel secondo capitolo propongo un'analisi della sostenibilità turistica scindendo domanda ed offerta, in maniera da avere più chiare le dinamiche del fenomeno ed al fine di valutare quali siano le variabili più importanti per ognuna delle due parti in esame.

Nel terzo capitolo presento una selezione di programmi e certificazioni in materia di sostenibilità turistica, analizzandone i punti di forza e di debolezza e valutandone l'efficacia dei processi operativi richiesti per arrivare al risultato finale.

Nel quarto ed ultimo capitolo, entro nel vivo della presentazione del S.I.S.T, presentando prima gli indicatori, poi le quattro tipologie di questionario da somministrare agli intervistati, approfondisco la modalità di raccolta dati e propongo un piano di marketing e comunicazione per la diffusione dello strumento.

1. Sostenibilità e sviluppo Sostenibile

L'evoluzione della specie umana ed il conseguente sviluppo tecnologico hanno portato enormi cambiamenti negli equilibri mondiali e nei comportamenti degli esseri umani. Le nuove tecnologie ci hanno fornito strumenti inimmaginabili fino qualche decennio fa e ci hanno permesso un incredibile sviluppo in tutti gli ambiti della nostra vita, tuttavia, il genere umano ha spesso sacrificato la propria eticità e l'attenzione all'ambiente in nome dello sviluppo economico, non considerando le gravi conseguenze che alcune azioni potrebbero avere nel futuro della nostra specie. L'impatto negativo dell'uomo si può osservare da più punti di vista, sostanzialmente riassumibili in impatti ambientali, sociali ed economici. Dal punto di vista ambientale possiamo affermare che le principali colpe dell'uomo sono il cambiamento della composizione dell'atmosfera, la distruzione dello strato dell'ozono, la perdita di biodiversità, il dilagante inquinamento dell'aria e degli oceani nonché l'eccessivo consumo delle scorte d'acqua. Se questi danni non bastassero, le conseguenze socioeconomiche possono risultare anche più problematiche, il gap tra le persone ricche e povere è in continuo aumento, le violazioni dei diritti umani sono all'ordine del giorno specialmente nei paesi sottosviluppati o in via di sviluppo, problemi di immigrazione, di denutrizione, problemi ad accedere a fonti di acqua potabile, analfabetismo, problemi derivanti da un sistema economico che non permette equità nell'accesso delle risorse.

Il fatto curioso è che lo sviluppo sostenibile è un concetto tutt'oggi ancora astratto e che colpisce indistintamente paesi sviluppati e non, e in tutto ciò non è facile definire cosa si intenda per sostenibilità.

1.1 Storia dello sviluppo sostenibile

Per cercare di diradare la nebbia attorno al significato di sostenibilità bisogna andare indietro nel tempo di circa 50 anni, correva l'anno 1968 e per la prima volta l'assemblea generale delle Nazioni Unite sentì il bisogno di aprire un dibattito al fine di proteggere l'ambiente in cui l'essere umano vive. A distanza di 4 anni si tenne la conferenza di Stoccolma, alla quale parteciparono 112 stati e da cui emersero una serie di linee guida di carattere non giuridico che rappresentano un punto di riferimento per gli accordi multilaterali successivi in materia, nonché un senso di responsabilità e dovere nel preservare l'ambiente affinché anche le generazioni future potessero goderne. Passarono più di 20 anni senza che i governi del mondo facessero grandi passi avanti a sostegno dello sviluppo sostenibile, quando nel 1987 la Coordinatrice della Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (WCED) Gro Harlem Brundtland, commissionò il rapporto "Our common Future", più conosciuto come rapporto Brundtland, che propone una visione più ampia del concetto di sostenibilità, introducendo l'idea di sviluppo sostenibile inteso come "sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri"². In questa definizione ritroviamo molto di quanto discusso nella conferenza di Stoccolma e si torna a sottolineare la responsabilità delle generazioni presenti verso quelle del futuro, con un focus sul benessere delle persone che è dato per assodato sia collegato alla qualità dell'ambiente in cui vive. Un anno più tardi della pubblicazione del rapporto, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) cercò di applicare la definizione al turismo affermando che "*Le attività turistiche sono sostenibili 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*" lasciando di fatto libera interpretazione sui limiti nei quali si può operare per mantenere questo equilibrio tra componenti Ambientali, Sociali ed Economiche"³

² United Nations, Report of the World Commission on Environment and Development Our Common Future, 198

³ *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12

La volontà di proseguire sulla strada di uno sviluppo sostenibile sia dal punto di vista etico che dal punto di vista ambientale portò al United Nations Conference on Environment and Development, tenutosi nel 1992 a Rio de Janeiro e al quale presero parte 172 governi, 108 capi di stato, 2400 rappresentanti di organizzazioni non governative. La conferenza rappresentò l'apice del movimento di sensibilizzazione e di cambiamento cominciato nel 1968 e venne definita da Maurice Strong, segretario generale della conferenza come "un momento storico per l'umanità"⁴, durante le due settimane di forum gli stati partecipanti riconossero il bisogno di correggere il tiro dei piani nazionali ed internazionali in maniera che tutte le principali decisioni in materia economica fossero rispettosi dell'ambiente, i principali temi trattati si possono riassumere in 4 macro-categorie che portarono ad altrettante linee guida riguardo gli schemi di produzione, l'impegno a cercare nuove fonti di energia, un aumento degli sforzi tecnologici per creare nuovi mezzi di trasporto meno inquinanti e venne riconosciuto il problema della scarsità di acqua soprattutto in alcune zone meno sviluppate del pianeta. Vennero stilati numerosi documenti ufficiali, uno su tutti per importanza fu l'Agenda 21, il primo vero programma di azione con indicazioni per portare avanti lo sviluppo in maniera sostenibile. Il documento, che si apre con un preambolo che sottolinea quanto il momento in cui è stato scritto fosse cruciale per l'umanità e come fosse importante amministrare l'ecosistema per raggiungere il benessere dell'umanità e permetterle di avere un prospero futuro, si articola in 40 capitoli ed è diviso in 4 sezioni. Tratta dimensioni economiche e sociali, conservazione e gestione delle risorse per lo sviluppo, rafforzamento del ruolo delle forze sociali e strumenti di attuazione che si basano sulla crescita economica, lo sviluppo sociale e l'eradicazione della povertà in particolar modo nei paesi in via di sviluppo, in questo senso si torna al dovere etico da parte dei paesi più sviluppati di aiutare quelli che lo sono di meno nell'interesse dell'umanità in generale, comprese le generazioni future. Negli articoli che indicano le procedure per uno sviluppo sostenibile si fa spesso riferimento a una condivisione di risorse, tecnologie e knowledge a livello planetario evidenziando quando sia importante creare un network efficace e proattivo per raggiungere il risultato comune. Essenzialmente si invita l'intera umanità a giocare di

⁴ https://it.wikipedia.org/wiki/Summit_della_Terra

squadra in ambito economico e sociale transfrontaliero, dimenticandosi in maniera utopica i giochi di poteri e gli interessi economici delle potenze mondiali. Agenda21 ha sicuramente smosso le coscienze dei grandi della terra portando alla realizzazione di numerosi piani di sviluppo e all'organizzazione di altri summit e conferenze, senza però dare il via ad un reale processo di cambiamento e segnare una svolta epocale nel destino dell'umanità. Non è chiaro perché le linee guida non risultarono efficaci nemmeno per le stesse nazioni che sottoscrissero il documento, tuttavia avendo il privilegio di poter analizzare la nascita di questo "movimento pro sostenibilità" 25 anni più tardi, emergono profondi dubbi su quanto le nazioni contraenti credessero veramente ai principi e agli intenti indicati nei trattati. Nello stesso anno (1992) venne sottoscritto la convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, il cui strumento attuativo è il protocollo di Kyoto redatto nel 1997, ma di fatto entrato in vigore solo nel 2005, da 180 paesi di fatto un impegno a ridurre le emissioni di CO₂ di almeno l'8,65% rispetto ai valori registrati 1985, fatta eccezione per i paesi in via di sviluppo che furono esentati da tale obbligo al fine di non ostacolare il loro processo di crescita. Nel 1993 Bramwell and Lane affermarono "It is easy to discuss sustainability. Implementation is the problem ... The time has come now to 'walk the talk' "⁵, tanto tempo è passato, ma il problema è rimasto immutato. Sull'onda di Rio '92 si susseguirono una serie di conferenze come ad esempio le 3 edizioni della conferenza europea sulle città sostenibili (Aalborg 1994, Lisbona 1996, Hannover 2000) fino ad arrivare alla conferenza sullo sviluppo sostenibile del 2012, tenutasi a Rio de Janeiro in occasione del 20° anniversario del "Summit della terra". Lo scopo di questa conferenza era quello di tirare le somme sulle misure adottate 20 anni prima, analizzandone i risultati e definendo un percorso comune per continuare a promuovere lo sviluppo sostenibile. Furono firmati più di 700 impegni volontari e ne risultò il documento "Future we want", il quale riconosce che le persone sono al centro del processo di sviluppo sostenibile e per tanto sono incoraggiate a lottare per un mondo che sia giusto, equo ed inclusivo. Ancora una volta si evidenziò come la riduzione della povertà fosse una tappa indispensabile per poter parlare di sviluppo sostenibile e si riconobbe la necessità di diffondere lo sviluppo sostenibile a più

⁵ B.Bramwell & B.Lane, Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach, Journal of Sustainable Tourism, 1993, Pages 1-5

svariati ambiti tra cui l'economia, agli aspetti sociali ed ambientali considerando il profondo legame che gli unisce in maniera tale da essere in grado di raggiungere la sostenibilità in tutte le dimensioni economiche. L'ultima tappa di questa analisi è Agenda 2030, un nuovo piano di azione dove si invitano nuovamente gli stati e gli stakeholder a lavorare in maniera congiunta al fine di raggiungere un risultato fondamentale per tutta l'umanità "As we embark on this collective journey, we pledge that no one will be left behind"⁷, sottolineando per l'ennesima volta come questo processo passi obbligatoriamente per lo sradicamento della povertà.

Il piano, diviso in 17 goals e 169 bilanci, ha in nei suoi intenti le dimensioni economiche, sociali ed ambientali dello sviluppo sostenibile. Si articola per una durata di 15 anni, rilanciando molti dei punti già affrontati da Agenda21 e rinnovando molti degli impegni presi dagli stati nei precedenti trattati. Nell'immagine 1 si presentano tutti i 17 obiettivi che il programma si pone di raggiungere, nel capitolo successivo vedremo come il settore turistico sia stato indicato come possibile vettore per raggiungerli.



Figura 1: Obiettivi Agenda 203

Ancora una volta vengo espresse parole di impegno e di fratellanza, tuttavia non vengono descritti piani attuabili per raggiungere i nobili obiettivi dichiarati nel testo. Non è poi così differente dalla miriade di carte di intenti stilate negli ultimi 50 anni, ma allora perché continuare con questa tendenza a prendere impegni senza poi realmente chiarire in che modo gli stati devono comportarsi? La dottoressa Stefania Bertolini, Segretario Generale Csr Manager Network e Direttore Isvi, che afferma “È il momento di azioni di sostenibilità generate nella logica bottom-up.”⁶. Il cambiamento va incoraggiato e sostenuto dalle basi, forse bisognerebbe riflettere sull’efficacia che questi trattati hanno avuto fino ad oggi ed interrogarsi se effettivamente ha senso continuare su questa strada. Probabilmente i grandi del mondo e le grandi aziende multinazionali non cambieranno fermeranno mai la loro sete di ricchezza; lo dimostrano le recenti vicende legate allo scioglimento dei poli, sfruttato dai giganti dell’industria petrolifera per raggiungere nuovi giacimenti con stime che parlano di 90 miliardi di barili di greggio “intrappolati” sotto i ghiacci. Sullo stesso tema sono preoccupanti i piani di sviluppo di Russia e Cina che contano di poter aprire nuove rotte commerciali proprio grazie al ritirarsi della zona artica, in questo caso si stima che entro il 2020 il Cremlino preveda di aumentare di 30 volte il traffico marittimo nella zona mentre Pecchino conti di spostare via artica tra il 5 e il 15% dei suoi flussi commerciali (Ca 500 miliardi di dollari). Di fronte a questi dati trovo ancora più difficile credere che i due paesi, pur avendo sottoscritto gli impegni per uno sviluppo sostenibile, abbiano interesse a raggiungere l’obiettivo e di fatto non fanno screditare ulteriormente tutto il processo che è stato promosso negli anni. Solo il tempo ci dirà se questa volta le parti contraenti riusciranno a mantenere le promesse e a donare all’umanità un futuro migliore.

⁶ Stefania Bertolini, Serve una logica bottom up, L’imprenditore Speciale RSI, 2011

1.2 Il Turismo Sostenibile

Il turismo è sicuramente una delle più importanti economie del mondo, di fatto non ha conosciuto crisi e i dati dimostrano la continua crescita di viaggiatori e di fatturato a livello mondiale, i dati dell'UNWTO raccontano di un aumento degli arrivi del 4420% dal 1950 al 2014 e si stima una crescita fino a 1,8 miliardi di arrivi internazionali nel 2030. Lo sviluppo turistico in una località porta posti di lavoro, un aumento del reddito medio della popolazione e un continuo investimento nelle infrastrutture, traducibile in un ulteriore impatto sui redditi e sul benessere della popolazione. Sempre secondo i dati dell'UNWTO, l'impatto del turismo sull'economia globale è pari al 9% del prodotto interno lordo e da impiego all'8% della popolazione mondiale, numeri che fan ben sperare e si ritiene che il turismo possa fungere da traino verso uno sviluppo sostenibile grazie alla possibilità di creare lavoro anche nelle zone più povere del pianeta. Tuttavia, se non è facile capire cosa si intenda esattamente per sviluppo sostenibile, è ancora più difficile dare una definizione corretta ed utilizzabile di turismo sostenibile. Come abbiamo visto nel capitolo precedente, nel 1988 l'UNWTO riprese quanto scritto nel rapporto Brundtland per dare un significato alla sostenibilità del turismo, dando il via alla discussione su cosa fosse realmente sostenibile. Nel sito ufficiale delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile, la sostenibilità turistica è sintetizzata attraverso l'analisi di eventi indicati come pietre miliari fondamentali per capire la complessità del fenomeno. La prima tappa fondamentale è la fondazione del WTO nel 1975, seguita dalla *World Tourism Conference* tenutasi nel 1980 a Manila che aveva lo scopo di "chiarire la vera natura del turismo in tutti i suoi aspetti e che ruolo il turismo sarebbe stato destinato a giocare in un mondo dinamico che cambia repentinamente, nonché la responsabilità da parte degli stati di sviluppare, migliorare e considerare il turismo più di una semplice economia"⁷. È interessante vedere come nel testo della dichiarazione non si parli apertamente di sostenibilità ma che vengano riportati numerosi aspetti che si ritroveranno nella maggior parte dei trattati sullo sviluppo sostenibile. Si cita infatti

⁷ World Tourism Organization (2016), *Compilation of UNWTO Recommendations, 1975–2015*, UNWTO, Madrid.

l'importanza del turismo per contrastare la povertà, l'importanza del turismo sociale per favorire le popolazioni che sono meno privilegiate e la possibilità di usarlo come strumento per portare stabilità sociale. Non vengono fatti riferimenti sull'ambiente della destinazione turistica ma ci sono importanti spunti di riflessione sul profilo socioeconomico del turismo. Andando a leggere l'elaborato concentrandosi sulla ricerca di elementi di sostenibilità, ricordando che questi erano pressoché sconosciuti nel momento in cui fu scritto, si nota come siano stati presi in considerazione l'importanza di dare la possibilità ai cittadini di viaggiare liberi ma che è compito dei paesi di origine educare i viaggiatori ed allenare la loro responsabilità civica. Allo stesso tempo, le autorità e le organizzazioni turistiche della nazione che riceve i turisti hanno la responsabilità di mantenere autentica l'immagine ed il prodotto turistico della destinazione, in quanto fattori decisivi per determinare l'immagine turistica di uno stato, andando ad educare gli addetti al settore turistico invitando gli stati e le destinazioni a sviluppare le risorse umane non considerando solo il lato economico ma ricordandosi dell'importanza della vocazione delle persone e dell'aspetto sociale delle attività turistiche. Elementi questi ancora attuali e che in alcune destinazioni rappresentano ancora un problema, risultano essere un'ottima base di partenza per l'analisi di un fenomeno così complesso.

La terza pietra miliare è la *carta dei diritti del turismo ed il codice del turismo*, 1985, che riprende alcuni diritti fondamentali della dichiarazione dei diritti umani come il diritto allo svago e che riconosce "l'importanza del turismo nella vita sociale, economica, culturale e sull'educazione della popolazione, incoraggiando la comprensione comune ed il conseguente consolidamento della cooperazione internazionale"⁸. I 14 articoli che la compongono elencano diritti e doveri dei turisti e degli operatori delle località turistiche, considerando fondamentali il rispetto delle leggi e delle usanze dei paesi che si visitano, la libertà di muoversi in ambienti sani, sicuri ed in uno stato accettabile di igiene e fornendo agli addetti ai lavori il giusto appoggio per poter esercitare le loro attività in condizioni favorevoli ed in un'atmosfera che premi la collaborazione tra le entità amministrative e commerciali.

⁸ World Tourism Organization (2016), *Compilation of UNWTO Recommendations, 1975–2015*, UNWTO, Madrid.

In ottica sociale la costituzione regola anche la presenza di rappresentanti dei territori nazionali negli stati esteri in maniera da poter promuovere il turismo nella nazione che rappresenta e pone i paletti per la standardizzazione delle frontiere e della regolamentazione universale per visti e passaporti. In questo modo il WTO esce dalla formulazione di consigli e congetture e comincia a mettere le basi su una legislazione che strizza l'occhio agli intenti sul piano sociale della regolamentazione turistica, come ad esempio il diritto universale ed alienabile di poter viaggiare per godere delle proprie vacanze. Due anni più tardi fu pubblicato il *rapporto Brundtland* e nel 1988 il WTO perla per la prima volta esplicitamente di sviluppo turistico sostenibile, solo qualche anno più tardi venne pubblicata una nuova definizione che afferma che *“lo sviluppo turistico sostenibile soddisfa le esigenze attuali dei turisti e delle regioni di accoglienza, tutelando nel contempo e migliorando le prospettive per il futuro. Esso deve integrare la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte, mantenendo allo stesso tempo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e i sistemi viventi. I prodotti turistici sono quelli che agiscono in armonia con l'ambiente, la comunità e le culture locali”*⁹. In questa nuova versione di sostenibilità turistica si accenna alle esigenze **attuali** del turista e della regione di accoglienza e alla tutela delle prospettive **future**, inserendo altresì il concetto e le proprietà del prodotto turistico, definendo indirettamente come devono comportarsi gli stakeholder che lo dovranno creare. Nel 1999 fu la volta del *Global Code of Ethics for Tourism*, risultato dell'impegno degli stati riuniti per l'assemblea generale dell'UNWTO, chiarisce quanto il turismo sia importante per la pace nel mondo, per la comprensione tra persone di etnie diverse e riprende parte degli impegni di *agenda 21* in particolar modo la lotta contro la povertà, la protezione ambientale e lo sviluppo economico, incoraggiando l'umanità ad agire in maniera sostenibile. E' di fatto la prima volta che il tema della sostenibilità compare in un codice in maniera così esplicita e ripetuta, l'assemblea poi rassicura che *“è fermamente convinta che, dati una serie di principi e una serie di regole da rispettare, un turismo sostenibile e responsabile non sarebbe incompatibile con la crescente liberalizzazione delle regolamentazioni su scambi e*

⁹ S.Ombellini, Turismo sostenibile, Posted on settembre 24, 2013, <https://ecobnb.it/blog/2013/09/turismo-sostenibile/>

servizi sotto le quali agiscono le aziende del settore, ma anzi che è possibile riconciliare in questo settore economi ed ecologia, ambiente e sviluppo, apertura agli scambi internazionali e la protezione sociale e delle identità culturali. Ne seguono 14 articoli, all'articolo 3 il turismo viene definito come fattore dello sviluppo sostenibile, e si invitano tutte le parti interessate ad operare nel rispetto dell'ambiente " al fine di ottenere una crescita economica solida, continua e sostenibile, orientata a soddisfare equamente i bisogni e le aspirazioni delle generazioni presenti e future"¹⁰ e tutte le attività turistiche dovrebbero essere programmate in maniera da proteggere il patrimonio naturale, accettando limitazioni nel caso gli stakeholder lavorino in zone particolarmente sensibili. Questo passaggio è fondamentale in quanto una volta ricordato il diritto dell'uomo di poter viaggiare libero per accrescersi dal punto di vista socioculturale, e riconosciuta l'importanza di questi scambi culturali al fine di promuovere la comprensione tra popoli e la pace nel mondo, si chiarisce che in caso di situazioni di pericolo per l'ecosistema i portatori di interesse devono accettare di sottostare ad alcune limitazioni al fine di proteggere la zona. Vedremo in seguito come le misure adottate da alcuni paesi in tempi recenti siano state fortemente criticate proprio perché ritenute limitanti per il diritto dei turisti a muoversi e visitare liberamente le località ritenute patrimoni dell'umanità, nonostante le numerose problematiche che devono affrontare per garantire la sostenibilità della loro offerta.

All'articolo 5 viene trattato il lato economico dell'etica turistica, e pur non parlando direttamente di sostenibilità viene ripreso il concetto di equità economica, in sostanza viene indicato che le popolazioni locali dovrebbero essere integrate nelle attività turistiche e poter "godere in maniera equa dei benefici economici che ne derivano, in particolare grazie alla creazione di posti di lavoro diretti ed indiretti." ¹¹ Inoltre, i piani di gestione del turismo dovrebbero portare ad un miglioramento degli standard di vita della popolazione, assecondando i bisogni dei cittadini.

¹⁰ World Tourism Organization (2016), *Compilation of UNWTO Recommendations, 1975–2015*, UNWTO, Madrid.

¹¹ World Tourism Organization (2016), *Compilation of UNWTO Recommendations, 1975–2015*, UNWTO, Madrid.

Un altro passaggio importante da tenere a mente per poter capire cosa sia realmente la sostenibilità turistica e in che modo si possa valutare quanto una destinazione si sia sviluppata, o si stia sviluppando, in maniera sostenibile. È difficile pensare che si possa assistere ad un continuo miglioramento delle condizioni della cittadinanza, troppe variabili possono cambiare nel tempo per poter garantire una simile crescita, per questo ho realizzato che per poter valutare la sostenibilità di una destinazione non si possa tralasciare in quale fase del suo ciclo di vita si trova durante l'analisi.

Avvicinandoci ai nostri giorni, le tappe successive sono il *World Ecotourism forum* (2002) e la "*First International Conference on Climate Change and Tourism*" (2003). Il primo, tenutosi a Québec City, fu organizzato al fine di ridiscutere i termini dell'ecoturismo e quali direttive seguire per uno sviluppo sostenibile usando come strumento proprio l'ecoturismo. Le discussioni, durate 3 giorni e suddivise in 4 macrotemi (Gestione e pianificazione dell'ecoturismo, regolamentazione dell'ecoturismo, sviluppo del prodotto, marketing e promozione dell'ecoturismo, controllo dei costi e dei benefici dell'ecoturismo) portarono alla stesura della *Dichiarazione del Québec*, scritta con "l'intento di impostare un'agenda preliminare e un insieme di raccomandazioni per lo sviluppo delle attività ecoturistiche nel contesto di uno sviluppo sostenibile"¹². Nel testo vengono riportate alcune preziose considerazioni sull'ecoturismo, una su tutte è l'analisi degli elementi che lo differenziano dal più ampio concetto di turismo sostenibile, si ritiene infatti che l'ecoturismo possa contribuire in maniera attiva nelle azioni atte a preservare il patrimonio naturale e culturale grazie alla partecipazione attiva delle comunità locali nella progettazione delle attività e si presta meglio a gruppi di piccole dimensioni, che hanno un impatto meno invasivo sulla destinazione. Questi elementi permettono di infondere nel turista una maggiore consapevolezza e un maggior senso di rispetto sull'importanza di conservare intatta natura e cultura della località che stanno visitando, portando a dei benefici economici, sociali e ambientali. La gestione dell'ecoturismo non è facile in quanto si tratta di rispettare preziosi e delicati equilibri, è importante che i turisti siano consapevoli ed informati sulle criticità che potrebbero affrontare e l'assemblea riconosce che dovrebbero esistere degli incentivi economici per garantire agli

¹² UNWTO, Quebec Declaration on Ecotourism, 2002

operatori di poter continuare a lavorare nella maniera tradizionale, pur potendosi avvalere delle innovazioni tecnologiche per limitare l'impatto ambientale delle loro attività. Viene ritenuto altresì fondamentale un adeguato sistema di leggi per permettere l'implementazione degli obiettivi che i vari stakeholder si sono posti e un meccanismo che monitori lo sviluppo del progetto e che incorpori degli indicatori di "sostenibilità oggettivi concordati congiuntamente con tutte le parti interessate e studi di valutazione dell'impatto ambientale da utilizzare come meccanismo di feedback con risultati pubblici e sempre consultabili. Oltre al meccanismo di controllo, a cui affiancare un monitoraggio normativo per sostenere l'effettiva attuazione degli schemi"¹³, si tratta l'introduzione di schemi e certificazioni basate sulle linee guida dettate dai trattati internazionali pur raccomandando che tali certificazioni rispettino i criteri regionali e locali. Questa dichiarazione è sicuramente uno degli elementi fondamentali nel percorso di ricerca del significato di turismo sostenibile, in particolar modo perché si esprime il bisogno di avere delle regolamentazioni e dei meccanismi di controllo per garantire che gli stakeholder si muovano sulla strada giusta, in un certo senso in queste poche pagine ci vengono gli elementi necessari per impostare una programmazione sostenibile regolamentandola e riuscendo a mantenerla stabile nel tempo.

Il "*First International Conference on Climate Change and Tourism*" si tenne a Djerba nel 2003 nella dichiarazione che tira le somme del forum si riconosce che lo sviluppo turistico possa avere una correlazione con i cambiamenti climatici, soprattutto a causa dei mezzi di trasporto utilizzati dai turisti per spostarsi nei loro viaggi. Si considera anche l'impatto che l'industria turistica ha sui consumi di acqua, sugli ecosistemi più sensibili e sui consumi di beni nei paesi che operano nel settore, esortando "tutti i governi interessati al contributo del turismo allo sviluppo sostenibile a sottoscrivere tutti gli accordi intergovernativi e multilaterali pertinenti, in particolare il Protocollo di Kyoto, e altre convenzioni e dichiarazioni analoghe riguardanti i cambiamenti climatici e le relative risoluzioni che impediscono di diffondere ulteriormente l'impatto di questo fenomeno"¹⁴. La dichiarazione di Djerba riconosce ancora una volta l'importanza che il turismo ha sui meccanismi economici

¹³ Comma 7, UNWTO, Quebec Declaration on Ecotourism, 2002

¹⁴ Comma 1, UNWTO, Djerba Declaration on Tourism and Climate Change, 2003

mondiali e riporta il turismo sostenibile nel focus dello sviluppo sostenibile in senso globale.

Seguendo in ordine cronologico, nel 2007 trentadue partner tra i quali “the Rainforest Alliance”, “the United Nations Environment Programme (UNEP)”, “the United Nations Foundation” e “the United Nations World Tourism Organization (UNWTO)” fondarono la *Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria*, un’organizzazione con lo scopo di rendere più chiare le dinamiche del turismo sostenibile e promuovere l’adozione di principi universali per uno sviluppo sostenibile del turismo. Nel 2008 l’associazione pubblicò una serie di criteri operativi basati su 4 pilastri del turismo sostenibile: “pianificazione di una reale sostenibilità”, “massimizzazione dei benefici sociali ed economici per la comunità locale”, “la riduzione degli impatti negativi sul patrimonio culturale”, “riduzione delle negatività in senso lato”. Questi criteri sono stati scritti per gli hotel e i tour operator dopo aver analizzato 60 certificazioni ed essere stati sottoposti all’analisi di 2000 operatori del settore. Stabiliscono lo standard minimo che ogni stakeholder, sia esso pubblico o privato, deve mantenere per preservare l’ambiente in cui operare e per far sì che il turismo possa essere uno strumento per ridurre la povertà. L’alleanza ha poi continuato a lavorare sulla regolamentazione del turismo sostenibile rilasciando nel 2013 un set di criteri per le destinazioni turistiche e nel 2016 un altro set per l’industria.

Dopo la crisi economica del 2007, l’assemblea generale dell’UNWTO approvò la “*Roadmap to recovery*” per arginare gli effetti della crisi sul settore turistico, di fatto una dichiarazione per affermare l’importanza del turismo per la “resilienza dell’economia globale” e ribadire il ruolo essenziale come “stimolo e trasformazione” verso un’economia sostenibile. Il manifesto evidenzia il ruolo chiave del turismo come traino per la ripresa dopo la crisi economica considerato i posti di lavoro che può garantire, gli investimenti sulle infrastrutture, sui mercati e sullo sviluppo e invita i leader dei grandi paesi del mondo a mettere il turismo ed i viaggi al centro del processo di creazione della green-economy cooperando tra loro ed aiutando i paesi in via di sviluppo. Infine, si definiscono i principi per una collaborazione tra imprese e governi per impostare una pianificazione a lungo termine per contrastare la povertà e l’inquinamento atmosferico. In un certo senso questa sessione dell’assemblea generale chiude il cerchio ed unisce definitivamente

turismo e sviluppo sostenibile, tanto che le ultime due pietre miliari dell'analisi sul turismo sostenibile sono "Future we want" e "Agenda 2030", già analizzate nel primo capitolo. Nello specifico il turismo viene inserito nell'articolo 8, che promuove una crescita economica inclusiva e sostenibile, tuttavia più volte si è affermato che grazie alla natura trasversale del settore può essere usato come mezzo per raggiungere obiettivi anche negli altri goals di agenda 2030. Ad esempio, la domanda turistica può essere motrice per la costruzione di nuove infrastrutture, è un veicolo per incoraggiare i popoli di etnie diverse ad una maggiore comprensione reciproca e quindi ad un clima più pacifico, crea posti di lavoro creando reddito, riducendo la povertà e di conseguenza aiutando a ridurre il problema della fame nel mondo.

Un viaggio lungo più di 50 anni ed una serie quasi infinita di tavoli di lavoro per capire come si è arrivati a parlare di turismo sostenibile e comprendere a pieno il significato del termine, tuttavia nonostante l'obiettivo sia ora più chiaro e la rotta per raggiungerlo sia stata tracciata, la strada da fare è ancora tanta e non si è arrivati ad una reale implementazione di un programma condiviso per portare avanti il turismo sostenibile. I rischi di continuare su una strada deregolamentata sono numerosi e potrebbero portare a danni irreversibili, sempre più destinazioni turistiche si trovano ad affrontare problemi legati alla scarsa gestione delle loro risorse. Vediamo gli esempi di Barcellona, che ha visto quadruplicare gli arrivi negli ultimi 24 anni ed ora deve affrontare quotidianamente problemi di ordine pubblico a causa dei turisti, Venezia, che a causa della crescente domanda turistica deve fronteggiare una drastica riduzione di cittadini e delle attività tipiche sempre più spodestate da attività per turisti. Un altro caso eclatante sono le isole Baleari che a causa di una crescente pressione turistica hanno visto un drastico peggioramento nella qualità di vita nelle isole, il raddoppiamento dei rifiuti domestici, problemi nella gestione delle risorse idriche ed un'incontrollata cementificazione delle coste per permettere la costruzione di strutture ricettive. Queste situazioni fanno suonare il campanello d'allarme su quanto sia importante programmare le attività turistiche con un occhio al futuro con forti prese di posizioni e provvedimenti coraggiosi, al costo di rinunciare a facili ricavi, come successo nella cittadina di Dubrovnik. La località croata è stata presa d'assalto dopo aver ospitato le riprese della famosa serie "Games of Thrones" ma l'intervento dell'amministrazione comunale ha permesso di limitare i visitatori ad

un numero massimo di 4000 al giorno, metà rispetto al numero suggerito dall'UNESCO. Il sindaco, Mato Franković, ha affermato "anche se perderemo un sacco di soldi, guadagneremo molto di più per il futuro", così rinunciando a ricavi stimati attorno al milione di euro. Purtroppo, questo tipo di iniziative, per quanto ragguardevoli, non bastano per poter definire sostenibile un piano di sviluppo di una destinazione. La ricerca ci ha portato a vedere quanto sia complicato definire la sostenibilità turistica ed il numero considerevole di fenomeni che interessa e ciò perché il Turismo stesso è difficile da analizzare in quanto è "un fenomeno trasversale, definito dalla domanda (consumatori-viaggiatori) piuttosto che dall'offerta (industria), in quanto indentificato dal consumo di molte industrie eterogenee"¹⁵. La letteratura propone due possibili misurazioni del settore turistico. Uno è l'approccio dal lato della domanda, che considera il turismo dal punto di vista dei turisti e nel quale viene considerato il loro comportamento, quanto spendono, come si muovono e dove pernottano. Dall'altro lato c'è l'approccio dal lato dell'offerta, che raggruppa tutte le attività economiche che trattano con i turisti e monitora i dati su arrivi, presenze ed il numero di esercizi. La chiave di lettura dei due approcci è che "il turismo non è rappresentabile come un'unica attività economica, ma è un insieme di attività eterogenee"¹⁶ e pertanto non è facile capire dove sia il confine del settore turistico. Partendo da questo presupposto, ho deciso di continuare l'analisi sul fenomeno del turismo sostenibile mantenendo una divisione tra Domanda (i turisti) e Offerta (le destinazioni) in maniera da poter valutare dei criteri ad hoc per ognuna delle due, senza dimenticare che non può esistere un limite nella sostenibilità turistica se non esiste nell'analisi economica del turismo.

¹⁵ G.Bortulussi, Per la competitività del turismo nell'Alto Adriatico, Fondazione Think Tank Nord Est, 2016

¹⁶ G.Bortulussi, Per la competitività del turismo nell'Alto Adriatico, Fondazione Think Tank Nord Est, 2016

2. Analisi della sostenibilità turistica tra domanda e offerta

Nel capitolo precedente abbiamo visto come si è arrivati ad avere una definizione teorica di sviluppo sostenibile e di turismo sostenibile. Nei testi ufficiali le indicazioni per le destinazioni e per chi le governa la fanno da padrone mentre si tende spesso a sottovalutare l'importanza dei comportamenti dei turisti nelle dinamiche di una destinazione turistica. È sicuramente importante avere un piano di sviluppo sostenibile che regolamenti il più possibile la parte infrastrutturale e amministrativa dell'offerta, ma allo stesso tempo è utopico pensare che bastino degli accorgimenti per gli addetti ai lavori al fine di raggiungere un risultato sostenibile. Questa analisi vuole scindere "Domanda" e "Offerta" per poter ricavare gli elementi cardine di ognuna delle due parti al fine di ricavarne dati sufficienti per poter calcolare i margini operativi sui due gruppi.

2.1 Il profilo ideale del turista sostenibile

Dopo più di 50 anni di discussioni per cercare di definire il turismo sostenibile, non ci è ancora stata fornita una definizione ufficiale di turista sostenibile. Come abbiamo visto il turismo è un fenomeno in continua crescita, anche grazie all'avvento delle nuove tecnologie la filiera turistica è profondamente cambiata. Il sistema di relazioni tra domanda e offerte si è modificato nel tempo seguendo l'evoluzione tecnologica dei mercati, il processo di sviluppo ha cambiato il modo di acquistare un viaggio ed ha aumentato la libertà di scelta da parte dei viaggiatori che oggi sono liberi di comporsi il loro pacchetto turistico in totale autonomia. Anche il profilo del turista medio è cambiato, se una volta i viaggi erano un bene di lusso oggi grazie ad una liberalizzazione dei mercati e all'abbattimento dei costi di trasporto viaggiare è alla portata di tutti ed il numero crescente di viaggiatori ha portato al fenomeno del turismo di massa, a tutti gli effetti l'opposto del turismo sostenibile, che vede un gran numero di turisti riversarsi nella stessa destinazione solitamente nello stesso periodo dell'anno. Se è vero che il turismo è potenzialmente un fenomeno virtuoso che porta una quantità pressoché infinita di benefici è anche vero che a causa di un eccessivo carico turistico le destinazioni si trovano a dover fronteggiare non pochi problemi. Nel correre ai ripari si fa sempre più spesso riferimento ad un turismo più sostenibile,

ma per poter indirizzare l'offerta bisogna conoscere la domanda, ma allora come si può definire il profilo di un turista sostenibile? La bibliografia dell'UNWTO non è d'aiuto in quanto si limita a definire un turista come "chiunque viaggi in paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte ma non superiore ad un anno e il cui scopo abituale sia diverso dall'esercizio di ogni attività remunerata all'interno del paese visitato.[...]" e a dichiararne i diritti nella "*Tourism bill of rights and Tourism code*" (con non pochi richiami alla "*Dichiarazione mondiale dei diritti dell'uomo*"), i cui ultimi 5 articoli sono considerati un codice per i turisti. Si invitano i turisti a rispettare l'ordine sociale, politico, morale e religioso del paese che visitano e a rispettarne le leggi. Si riconosce ai turisti la libertà di accesso ai siti di interesse e alla libertà di movimento per quanto riguarda il loro transito e il soggiorno. Questi trattati evidenziano come in caso di pericolo per la destinazione è consentito regolarne l'accesso ai fini di proteggerla e di poterla tramandare alle future generazioni. Purtroppo, la pura teoria spesso si scontra con le realtà politiche che amministrano le destinazioni rendendo ancor più problematica la gestione delle stesse, in ogni caso per implementare un programma di sviluppo sostenibile dal lato della domanda è importante aver presente entro quali limiti legislativi ci si può muovere. Durante il mio percorso di studio al corso di "Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici" ho avuto il piacere di partecipare al progetto Experiior 2018, che aveva l'intento di analizzare i dati del turismo a Venezia per capire se era possibile individuare il profilo di un "turista altro", un turista che non seguisse la massa e che si comportasse in maniera sostenibile per la città. Al termine di 5 settimane di lavoro e ricerca, che ci hanno portato ad entrare in contatto con addetti del settore turistico, cittadini e turisti, non mi sento di poter affermare che abbiamo effettivamente trovato una risposta al quesito, però siamo riusciti ad entrare nella visione che questi individui hanno del viaggio e quali tendono ad essere il loro comportamento durante la vacanza. Ne è emerso che il profilo più interessante era quello di un turista preparato, che arriva nella destinazione dopo essersi informato sulla cultura locale, sui luoghi di interesse e sulle attività che può svolgere in loco, e che grazie all'acquisizione di queste informazioni può scegliere di programmare la vacanza muovendo la sua scelta verso elementi tipici che della località che sta visitando. Essendo a conoscenza delle

dinamiche locali, il turista preparato è in grado di programmare il suo viaggio evitando periodi di eccessivo afflusso turistico. Un altro dato importante è l'analisi di come il turista decide di spendere i propri soldi nella città, sembra una banalità ma come abbiamo visto la sostenibilità turistica passa anche dalla permanenza in loco degli introiti derivanti dalle attività turistiche. Sempre più spesso, soprattutto nei centri storici delle grandi città, si assiste al proliferarsi di catene di multinazionali più o meno note a discapito delle realtà locali, questo fenomeno sta portando alla perdita di un patrimonio culturale di inestimabile valore. Ora, lo scopo di questa tesi non è valutare l'impatto economico delle catene multinazionali nelle località turistiche, ma è palese che la presenza di negozi che si possono permettere affitti esorbitanti e che hanno un budget pressoché illimitato per le campagne di advertising incida negativamente sulle economie dei piccoli esercenti, che sono costretti a lottare quotidianamente con la concorrenza di questi colossi e che spesso sono obbligati a spostarsi in zone meno conosciute delle città per cercare di abbattere i costi di gestione. Un turista sostenibile è anche l'individuo che ha la giusta sensibilità per comprendere il valore dei prodotti locali, delle tradizioni che si nascondono dietro la loro produzione e che di conseguenza li predilige quando si trova in vacanza. Alcuni di questi elementi si ritrovano nel vademecum proposta dall'associazione Italiana turismo responsabile (AITR), un insieme di 10 consigli che un turista dovrebbe seguire quando è in viaggio per avere un impatto sostenibile sulla destinazione. In sostanza si invita il turista a rispettare la cultura del paese che si visita, raccogliendone più informazioni possibili prima di partire, ad avvalersi di fornitori che operino con rispetto delle comunità ospitanti e dell'ambiente, a confrontarsi con le culture locali senza imporre le proprie usanze, ad indossare un abbigliamento consono, a relazionarsi con i locali, ad avere rispetto per l'ambiente anche cercando di diminuire il più possibile il consumo elettrico e di acqua e soprattutto invita a riflettere su ciò che si è visto e sulle persone che si sono conosciute. Indicazioni basilari che potrebbero risultare quasi banali in quanto rivedibili in elementi alla base dell'etica e dell'educazione umana, eppure sempre più spesso le località turistiche si trovano a fronteggiare problemi derivanti dallo scarso rispetto che i turisti portano verso la destinazione e le persone che la abitano. Ancora una volta tra gli esempi negativi troviamo Barcellona e Venezia, ma anche Amsterdam, Firenze, Roma, Hvar, Magaluf,

Ibiza e molte altre. Tutte città che si sono viste costrette ad implementare delle vere e proprie regole di buona condotta, questa volta tramutandole in leggi, e delle campagne di sensibilizzazione per i turisti che accolgono. Purtroppo, ci si allontana da quelle che erano le indicazioni per un turismo sostenibile e si scende ben più in basso fino a dover vietare l'abbandono di rifiuti lungo le calli o l'obbligo di indossare la maglietta in luogo pubblico, per quanto sia difficile credere che un turista non si fa scrupoli nel fare il bagno nella fontana di Trevi o ad accamparsi per strada con bivacchi improvvisati possa ritrovarsi interessato a comprendere la tradizione e la cultura del luogo che sta visitando. C'è il bisogno di uno strumento che permetta di controllare in maniera più stringente il comportamento dei turisti e allo stesso tempo provare a guidarli verso scelte più consapevoli. Prendiamo nuovamente ad esempio Venezia, negli anni 90 e primi 2000 camminando per la città si potevano vedere affissi dei manifesti che raccomandavano una serie di buoni comportamenti da seguire, tuttavia la campagna non ebbe successo e l'escalation di episodi indecorosi ha portato la pubblica amministrazione alla realizzazione dell'iniziativa #EnjoyRespectVenice, presentata con "l'obiettivo è accrescere la consapevolezza dell'impatto del turismo e diffondere un modo di viaggiare responsabile, che possa contribuire ad uno sviluppo sostenibile"¹⁷. La proposta comprende un set di consigli molto simili a quelli di AITR visti prima, con l'aggiunta di qualche nota sulla scelta dei prodotti da acquistare e l'invito a rivolgersi a professionisti del settore in possesso di regolare licenza e continua con delle proposte di detourism, ovvero degli itinerari che si articolano su zone della città generalmente meno frequentati dai turisti; vengono infine dettati 5 divieti assoluti (come quello di non tuffarsi nei canali) con sanzioni che vanno dai 25 ai 500€. A questo segue un calendario che chi fosse interessato a visitare la città può consultare al fine di valutare qual è l'affluenza prevista per la giornata, o il periodo a cui è interessato. L'ultimo aggiornamento è l'attuazione di misure straordinarie di gestione dei flussi di visitatori al fine di "garantire una gestione sicura dei flussi turistici compatibilmente con le esigenze dei residenti e sotto il profilo dell'ordine e della sicurezza"¹⁸, che consistono nell'implementazione di misure restrittive direttamente proporzionali

¹⁷ <http://www.comune.venezia.it/it/EnjoyRespectVenezia>

¹⁸ <http://www.comune.venezia.it/it/content/misure-straordinarie-la-gestione-flussi-turistici-veneziah-estate-2018>

alla mole di turisti in città. Sono stati installati dei tornelli in corrispondenza dei due tra i principali terminal di arrivo (Piazzale Roma per gli autobus e la Stazione ferroviaria) che in caso di presentarsi una giornata di “bollino rosso” e “bollino nero” vengono attivati limitando l’accesso alla città. Questa misura di sicurezza ha diviso la cittadinanza veneziana, alcuni residenti si sono schierati a favore mentre altri hanno visto la limitazione come una prova per trasformare Venezia in un parco turistico, fino ad arrivare alla più forte reazione arrivata dai centri sociali che hanno visto nell’installazione dei tornelli una limitazione della libertà dei cittadini e dei turisti. Tutta questa faccenda ci riporta ai diritti riconosciuti ai turisti e ancor di più a quelli citati nella dichiarazione universale dei diritti dell’uomo ed evidenzia come sia difficile creare delle misure di sicurezza districandosi tra i vari documenti e norme amministrative che regolamentano gli spostamenti turistici, soprattutto considerando che alle leggi internazionali in materia turistica si aggiunge la legislazione locale di ogni destinazione. Bisogna ricordare che l’UNWTO permette la limitazione ai diritti di mobilità dei turisti in caso di necessità legate alla salvaguardia dell’ambiente che visitano, ma allo stesso tempo non è facile individuare quale sia la discriminante eticamente più corretta per mettere in atto la limitazione, se da un lato non sembrerebbe corretto metterla sul piano economico, istituendo una sorta di tassa di accesso, dall’altro sembrano non esserci molte alternative. Un’altra strada percorribile potrebbe essere l’ingresso solo su prenotazione, proposta che nel caso di Venezia viene promossa dal governatore del veneto Luca Zaia, ma anche in questo modo si andrebbero a favorire le persone che godono di maggiori certezze finanziarie e che si possono permettere di prenotare un viaggio con molto anticipo. Questo quesito ci riporta all’inizio dell’analisi su chi è il turista sostenibile, di fatto se non fosse per il comportamento dei turisti gran parte di queste restrizioni non sarebbero necessarie, è quindi doveroso fare una riflessione.

Di fatto potremmo affermare che il turista sostenibile è quello che prenota la vacanza per tempo, che si informa sulla destinazione e sulle usanze locali, che le rispetta e che rispetta le leggi, che preferisce mezzi di trasporto green, che rispetta l’ambiente ben guardandosi da crearne un qualsivoglia danno e che preferisce spendere i suoi soldi in acquisti di beni o di servizi tradizionali, cercando di sostenere l’economia locale.

È evidente che si tratti di un profilo irrealistico, un mix di qualità che è pressoché impossibile trovare anche nei viaggiatori più attenti. La complessità del comportamento umano è alla base di molti aspetti di questo studio, un turista compone il suo viaggio una scelta dopo l'altra e la somma di queste scelte, conscie o inconscie che siano, definiscono quanto sia stato sostenibile il turista durante la vacanza. Questo comporta che nell'arco dei suoi viaggi il turista possa comportarsi diversamente in base alle dinamiche che vengono in essere ed è pertanto difficile definire un profilo che possa essere sempre valido. La miglior cosa da fare è motivare i viaggiatori ad avere un buon senso civico attraverso la diffusione di vademecum come abbiamo visto nei casi in analisi.

2.2 Il Profilo della destinazione sostenibile

Definire il profilo di una destinazione è sicuramente più facile rispetto a quanto analizzato per il singolo turista, sulla falsa riga di quanto detto prima non è detto che una località sia in grado di rispettare tutti i canoni teorici della sostenibilità. Dobbiamo sempre tenere presente che alla base delle dinamiche che muovono una destinazione turistica, ci sono le persone che la abitano, che ci lavorano e che la amministrano. Al di là di ciò, dal punto di vista teorico le Nazioni Unite ci aiutano nel definire il profilo della destinazione sostenibile, di fatto nelle dichiarazioni ufficiali e dai programmi di certificazione della sostenibilità turistica ritroviamo tutti gli elementi necessari per ricrearlo, come trattato precedentemente la valutazione sarebbe basata sugli aspetti economici, ambientali e sociali della destinazione, con particolare focus sulla gestione delle difficoltà legate alle 3 dimensioni in analisi. Dal punto di vista economico una destinazione sostenibile dovrebbe essere in grado di mantenere in loco buona parte dei ricavi derivanti dalle attività turistiche, gli esercenti dovrebbero preferire personale autoctono e, sfociando anche nell'ambito socioculturale, essere propensi ad offrire prodotti tipici in maniera da mantenere alto il valore delle tradizioni locali non conformandosi con la proposta di altre destinazioni turistiche. Il turismo non dovrebbe pesare sulla qualità di vita dei residenti, al contrario dovrebbe essere una fonte di benefici per la cittadinanza in termini di maggiori servizi e produttività, ma a causa delle dinamiche attuali spesso il turista viene visto come un portatore di disagi, di fatto un ospite non gradito. Negli ultimi

anni si sono registrate sempre più iniziative contro i turisti in numerose località europee come ad esempio Barcellona, Venezia e Lisbona. Al grido di “Tourist go home” la popolazione di Barcellona si è scagliata contro i turisti tanto che il sindaco della città catalana si è trovato costretto a correre ai ripari, fermando per un anno la concessione delle licenze per gli alloggi turistici. Come visto in precedenza la maggior parte delle persone punta il dito contro il comportamento sgarbato dei turisti, ma non possiamo ritenere l’organizzazione delle destinazioni turistiche priva di colpe.



Figura 2: foto di un murales scattata a Lisbona, Novembre 2017

Per approfondire questa tematica, voglio tornare a valutare la sostenibilità da un punto di vista più pratico e per far ciò mi ritornano utili le informazioni raccolte per il progetto Experior. Durante il periodo di interviste agli addetti del settore spesso siamo stati invitati a riflettere non tanto su chi fosse il turista sostenibile, ma se effettivamente una destinazione potesse offrire una soluzione sostenibile a chi la visita. Non basta idealizzare una città pronta dal punto di vista infrastrutturale con tutto il necessario per essere sostenibile, non è sufficiente una buona gestione dei rifiuti e la protezione delle risorse culturali a rischio, è necessario che tutto il network di operatori sia consapevole del percorso che si vuole intraprenderne e che sia motivato a partecipare attivamente, conscio delle difficoltà che un tale cammino nasconde e dei cambiamenti necessari per attuare una programmazione sostenibile. Nel concreto torniamo ancora una volta all’esempio di Venezia, secondo il parere dell’esperto Andrea Gersich, direttore operativo di uno dei più grandi tour operator della località lagunare, l’avvento di internet “ha fatto sì che il turismo in generale ne

abbia beneficiato molto dal principio ma che alla lunga il controllo sia sfuggito di mano”¹⁹ e di fatto ha generato anche un bypass dei mediatori che garantivano una sorta di controllo sulla genuinità e sulla tradizionalità dell’offerta turistica, andando ad aprire le porte a realtà non autoctone che vedono nella città solo l’ennesima occasione di un facile guadagno. L’esperto poi accusa un dilagare di attività abusive, come ad esempio guide turistiche e facchini non autorizzati, che offrono un servizio non all’offerta delle aspettative del turista e che danneggiano il mercato regolare, diminuendo l’appeal della città. A ciò possiamo aggiungere il crescente numero di abitazioni trasformate in B&B e poi messe in affitto su portali come Airbnb ed il conseguente calo demografico, dovuto sia a motivi anagrafici ma anche dall’esodo verso l’entroterra dei cittadini di età più giovane che preferiscono avere una rendita fondiaria dalle abitazioni nel centro storico. Di fatto si sta assistendo ad un processo di trasformazione della città, un circolo vizioso che porta alla diminuzione degli abitanti ed alla crescente apertura di attività commerciali a fini turistici a discapito di quelle per la popolazione, portando ad una perdita delle attività tipiche. Considerata la proliferazione di attività gestite puramente a scopo di lucro senza interessi per la cultura e le tradizioni locali, la percezione è che in questo clima sia molto difficile promuovere una programmazione sostenibile, e allo stesso si rischia che al turista arrivi la percezione che sia libero di comportarsi in maniera deregolamentata causando le problematiche analizzate in precedenza. Sta all’amministrazione cercare di arginare questi fenomeni negativi attraverso l’approvazione di leggi e regolamenti atti a tutelare gli equilibri della destinazione, nel rispetto della cittadinanza e della sostenibilità ambientale e turistica. Nel processo di valutazione l’amministrazione può avvalersi dell’aiuto di esperti ed organizzazioni che attraverso l’applicazione di programmi sulla sostenibilità possono valutare le problematiche, capirne le cause e proporre un piano operativo per risolverle.

¹⁹ Intervistato durante in progetto Experior, Ottobre 2017

3. Modelli e certificazioni esistenti

In questo capitolo verranno presentati i principali modelli e certificazioni esistenti in materia di turismo sostenibile. Lo scopo dell'analisi è valutarne la facilità d'uso, la diffusione ed esaminarne i criteri operativi con un particolare focus su quali sono i criteri di sostenibilità che vengono presi in considerazione e come vengono presentati i risultati.

3.1 Il Sistema Europeo di indicatori per il turismo (ETIS)

Nato nel 2013 dalla collaborazione tra la Commissione Europea ed il gruppo per la sostenibilità del turismo (GST), ha lo scopo di fornire alle destinazioni turistiche uno strumento per monitorare l'andamento dei piani di sviluppo in materia di turismo sostenibile, basandosi su un approccio comune comparabile, grazie all'utilizzo di 27 indicatori (con l'aggiunta di altri 40 indicatori opzionali), le destinazioni possono auto-valutare la gestione delle località turistiche. Gli indicatori sono divisi in 4 categorie: gestione della destinazione, impatto sociale e culturale, valore economico ed impatto ambientale. Il testo di presentazione chiarisce che ETIS "non è un sistema di certificazione o di un sistema di etichettatura ecologica, ma uno strumento di gestione molto efficace fornito dalla Commissione europea"²⁰ in pratica il toolkit ETIS promette di incoraggiare una maggiore collaborazione tra gli stakeholder della destinazione e garantire una guida passo-passo per gestire la destinazione turistica in maniera efficace e sostenibile. Gli organi di controllo sono liberi di utilizzare il toolkit in versione integrale oppure interfacciarlo ad altri sistemi di controllo già in essere e possono scegliere gli integratori che ritengono più adatti alla destinazione che gestiscono. Le premesse per l'utilizzo del sistema prevedono una serie di 7 step da completare prima dell'inizio del monitoraggio, nello specifico si richiede che inizialmente gli stakeholder vengano sensibilizzati alla partecipazione alla raccolta dei dati e che venga creato un profilo della destinazione successivamente le parti interessate devono creare un tavolo di lavoro comune ma non viene definito uno schema su chi debba partecipare alla valutazione, pertanto i vari partecipanti al progetto sono liberi di scegliere gli organi che hanno diritto a potersi esprimere in questa

²⁰ Toolkit ETIS

fase. Una volta definiti i partecipanti, il coordinatore ha il compito di chiarire il piano di sviluppo da intraprendere e le responsabilità dei vari membri per ogni obiettivo, fatto ciò si giunge al quinto step dal quale si procede alla raccolta dei dati attraverso sondaggi, questionari ed altri tipi di attività. Si raccomanda di raccogliere dati annualmente per ogni indicatore e di iniziare la raccolta anche in mancanza di dati per alcuni degli indicatori selezionati, tuttavia nella fase di test alcune destinazioni hanno proposto di raccogliere alcuni dati ogni 3 anni e per ognuno degli indicatori principali esiste un datasheet che spiega le motivazioni per le quali è stato scelto e vengono indicate le istruzioni su come raccogliere e calcolare i dati e si propone un esempio virtuoso da usare come benchmark. La fase di analisi, per quanto ritrovato nel sito ufficiale, si effettua attraverso l'utilizzo di un foglio di calcolo Excel che fornisce dei grafici creati per riassumere la situazione della destinazione e dai quali dovrebbero ricavarsi le conclusioni per passare alla definizione delle strategie da seguire per migliorare il profilo della destinazione. La prima fase di test è stata completata da 26 località sulle 104 che hanno partecipato alla sperimentazione mentre la seconda fase è stata portata a termine da 60 dei 108 partecipanti, però nel sito ufficiale del programma vengono presentati solo alcuni casi studio, si menzionano i vincitori del ETIS and Accessible Tourism Joint Awards 2016 ma non sono reperibili maggiori informazioni su quali destinazioni stanno partecipando al programma e tantomeno non sono reperibili al pubblico i risultati dei dati sulla sostenibilità (fattore ritenuto fondamentale dal UNWTO).

Si può affermare che il modello non abbia avuto molto seguito e alcune delle scelte dei creatori non siano chiare, una su tutte la possibilità di lasciare agli utilizzatori la scelta degli indicatori, così facendo si potrebbero facilmente aggirare i principali problemi della destinazione e di fatto falsare il risultato finale. Non sono riportati benefit o incentivi per chi partecipa al programma, non sono state organizzate campagne di sensibilizzazione e promozione su larga scala e alle destinazioni non viene riconosciuto un premio per i risultati conseguiti (al netto dell'awards sopra citato) né tanto meno sanzioni nel caso non riescano a raggiungere gli obiettivi prestabiliti o nel caso abbandonino al progetto. Come affermato anche nella presentazione ufficiale si tratta di un progetto al quale si aderisce volontariamente

ed alla luce di tutto ciò e considerata la mole di lavoro che sta dietro il mantenimento del programma, si possono intendere i motivi degli scarsi risultati ottenuti finora.

3.2 Programma Biosphere

Si tratta di una certificazione creata da RTI (Responsible Tourism Institute), un'organizzazione internazionale fondata nel 1997 con il supporto dell'UNESCO. Il sistema Biosphere, presentato nel 1998 e rinnovato nel 2017 a causa del cambio di dinamiche di un settore in continua crescita come quello turistico, si pone l'obiettivo di fornire uno strumento agli operatori del settore turistico all'insegna della sostenibilità. Nella loro pagina ufficiale, i creatori del programma affermano di "offrire una certificazione atta a garantire un equilibrio a lungo termine tra la dimensione economica, ambientale e socio-culturale, portando così a numerosi benefici per gli operatori, per la popolazione e per l'ambiente." Nella presentazione si riscontrano numerosi elementi che dimostrano il profondo legame tra la certificazione ed il dettame sulla sostenibilità dell'UNWTO, dove si fa ancora una volta leva sulla possibilità di offrire agli stakeholder la possibilità di creare prodotti turistici "non-aggressivi" e di "soddisfare l'attuale bisogno dei consumatori e degli operatori, senza compromettere le future generazioni. I benefici della certificazione comprenderebbero una maggiore visibilità ed un miglior posizionamento della destinazione, promuoverebbero gli scambi e l'economia locale, creerebbero posti di lavoro e permetterebbero nuove alleanze. Per essere certificata, una destinazione deve seguire le indicazioni sviluppate da RTI sulla base dei 17 obiettivi di sostenibilità definiti dalle Nazioni Unite e divisi in 5 categorie (Inclusività e crescita economica; inclusività sociale, impiego e riduzione della povertà; Protezione ambientale e attenzione ai cambiamenti climatici; valorizzazione dei valori e del patrimonio culturale; Rispetto reciproco, pace e sicurezza), nella maggior parte dei quali si va a scomporre il problema in criticità più semplici da gestire e valutare e si richiede di sviluppare un piano di azione per risolverle. Una struttura piramidale che permette una gestione facilitata del programma ma che potrebbe portare a problemi di gestione della certificazione in quanto ogni entità potrebbe operare secondo linee guida diverse, di fatto si evidenzia una mancanza di standard operativi e l'autogestione rischia di porre le destinazioni certificanti su piani diversi.

Al momento le destinazioni certificate sono 24, la maggior parte delle quali sono in Catalunya, dimostrando l'attenzione della regione spagnola alla sostenibilità turistica. Essendo una certificazione a pagamento, non è dato sapere quanto costi certificare un'intera destinazione ma per le attività si arriva fino ad un massimo di 1200€ annui, le dinamiche operative risultano essere secretate ed è quindi difficile valutare l'efficacia della valutazione. Uno dei punti di forza del programma è che offre la possibilità di richiedere certificazioni per privati e singole attività come ad esempio Hotel, Escursioni, Tour Operator ed Eventi; in questa maniera si può creare un network di certificazioni che rafforzerebbe l'efficacia del controllo su una destinazione e permettere di operare su micro-livelli si può raggiungere un maggior grado di efficienza e di controllo, andando inoltre ad operare su problemi relativi ai comportamenti delle singole persone. Dall'altro lato c'è un maggior lavoro di raccolta dati ed analisi che richiede un maggior grado di coordinazione, tornando alla mancanza di effettivi standard operativi potrebbe fornire certificazioni falsate alle attività turistiche. Nel sito Biospheretourism.com vengono riportate tutte le destinazioni e le attività che hanno ottenuto il certificato di sostenibilità senza però fornire dettagli sui risultati del processo di valutazione, in questo modo il pubblico non può avere presente quali sono le criticità affrontate dai vari paesi e viene nuovamente a mancare la trasparenza sui dati. Tuttavia, c'è la possibilità di accedere alla sezione EDU Biosphere e di seguire dei corsi (alcuni a pagamento) per avere delle ulteriori informazioni sui processi pratici della metodologia applicata. Si evince che il processo cominci con una valutazione di alcuni standard applicati nei campi dell'ospitalità, della mobilità e delle attività turistiche alla quale segue l'investitura di un addetto di RTI come coordinatore del programma, che verrà affiancato agli organi di gestione della destinazione. Una volta definito un piano di azione generico si forma un tavolo di lavoro che unisca il settore pubblico al settore privato, è importante che gli organi di gestione riescano a stimolare le attività locali a seguire i dettami della pianificazione, per poi passare al processo di formazione dei dirigenti privati attraverso il supporto di tutor e l'organizzazione di conferenze ed eventi. Una volta iniziato il processo di certificazione, si adatteranno i provvedimenti alle normative vigenti e si andranno ad individuare uno o più interlocutori all'interno della destinazione che avranno il compito di facilitare l'operato del tavolo di lavoro.

La parte richiedente avrà l'onere di stilare un indice di soddisfazione turistica e ogni entità deve presentare almeno 5 azioni di miglioramento ogni anno. Ai partecipanti viene richiesto un impegno importante per portare avanti la formazione (incontri con il tutor dalle 2 alle 5 ore di lavoro) e la collaborazione tra parti con continui scambi di idee. Una volta superati favorevolmente tutti i requisiti degli standard di applicazione si ottiene la certificazione, è chiaro che si tratti di un processo molto articolato e che richiede l'impegno di numerosi stakeholder nonché la limitazione dei poteri degli organi amministrativi che di fatto accettano l'introduzione di un "controllore" nel processo di gestione, il che potrebbe risultare decisamente problematico soprattutto nelle destinazioni con un'amministrazione più conservatrice. Altro neo del programma è la scarsa fama di cui gode e non si ha traccia di incentivi per chi vi partecipa, al netto della cerimonia di premiazione voluta da RTI per omaggiare i paesi partecipanti che meglio hanno saputo gestire i piani di sviluppo e di certificazione.

3.3 Green Globe 21

Una certificazione che misura le performance delle aziende operanti nel settore turistico e dei loro fornitori e si basa su un set di 44 criteri e 380 indicatori adattabili a seconda del tipo di certificazione richiesta, dell'area geografica e dei fattori locali che vengono verificati due volte all'anno. Anche in questo caso ci si ispira alle linee guida dettate dalle nazioni unite, nella pagina ufficiale si indica che il programma offre certificazioni ad attrazioni, navi da crociera, hotel, eventi, organizzazioni, ristoranti, trasporti, operatori turistici e negozi; di fatto non è possibile certificare un'intera destinazione. Oltre alle classiche valutazioni ambientali, economiche e culturali viene introdotta la componente manageriale che tra le varie cose prevede trasparenza nelle operazioni di gestione, rispetto dei principi di eticità e delle leggi nazionali ed internazionali, una formazione periodica per gli impiegati, il controllo della soddisfazione dei clienti e l'accuratezza dei materiali promozionali. Si devono inoltre rispettare i canoni di design e sicurezza nella costruzione delle infrastrutture e garantire salute e sicurezza della comunità locale e dei visitatori. Il certificato può essere di livello base, oro o platino a seconda di quanti anni consecutivi vengono superati i processi di valutazione.

Purtroppo, non esiste una guida completa agli indicatori e ai criteri che si vanno ad utilizzare né tanto meno vengono illustrati gli step da seguire per portare avanti la certificazione. Nel sito internet viene indicato un form per richiedere di partecipare al programma dove si sottolinea sin da subito che la certificazione sarà valida per un anno dall'arrivo del pagamento, si possono inoltre acquistare liberamente le bandiere da esporre al di fuori dell'attività certificata pur non avendo mai intrapreso il processo di valutazione; fattori che fanno sembrare questa certificazione una trovata fortemente commerciale. Anche la documentazione e la formazione viene fornita su pagamento e non è liberamente consultabile al pubblico, tutti elementi che rendono il GreenGlobe 21 uno dei programmi più costosi limitandone di fatto il numero di partecipanti. In un rapporto stilato da Sinergy su commissione della sezione britannica del WWF, si afferma che il programma è indirizzato alle attività turistiche definite "mainstream", che generalmente risultano avere uno scarso interesse nell'aderire ai programmi di sostenibilità turistica, spingendo sulla possibilità di usare la certificazione al fine di dimostrare che il loro successo va di pari passo con la loro attenzione per l'ambiente e proponendo un processo di certificazione più snello, con requisiti meno stringenti e che richieda meno impegno operativo rispetto ad altri programmi simili. Da un punto di vista più tecnico il programma è molto valido perché adattabile a svariate tipologie di destinazione, per come è strutturato richiede un continuo miglioramento della gestione ambientale, fornisce feedback su tutte e tre le dimensioni del turismo sostenibile (ambientale, sociale, economica) e grazie all'approccio sistematico e l'affinità con gli standard ISO si interfaccia bene con altre tipologie di certificazione aziendale, di fatto permettendo a grandi aziende di entrare facilmente nel programma facilitando la nascita di partnership come nel caso del PATA e del Danish Green Key. Nello stesso rapporto viene riportata la proposta di adattare il programma per permettere la certificazione delle destinazioni turistiche, nonostante il progetto sia solamente abbozzato viene definito ambiguo e di difficile comprensione, si evidenziano criticità legate alla mole di lavoro necessaria e alla mancanza di competenze necessarie da parte delle DMO per portare a termine la certificazione. Si stima che il costo per la certificazione oscillerebbe tra i 30000€ e i 70000€ ai quali andrebbero aggiunti i costi per mantenere la task operativa e quelli per l'organizzazione di seminari e training, il tutto

senza avere ben chiaro che tipo di benefits si potrebbero ricavare dall'operazione. Paragonandolo ad altri programmi analizzati, si riscontra nuovamente una carenza di incentivi per le destinazioni e la mancanza di promozione del programma. Synergy muove ulteriori critiche sull'organo di gestione di GreenGlobe21, apparentemente composto da solo 8 persone nella sede centrale di Londra e da un paio di squadre operative divise tra Australia e Puerto Rico, considerato inadeguato in termini numerici per le ambizioni ed i traguardi che il progetto si pone. Si consiglia poi di modificare il destination branding fornito dal programma per renderlo più credibile, proposta in parte ascoltata con la creazione di un nuovo sito internet, definito più sostenibile, che raccoglie un elenco di tutte le strutture certificate accompagnato da una serie di video interviste che promuovono le stesse e la diffusione del progetto.



Figura 3: I tre livelli di certificazione proposti da GreenGlobe 21

3.4 GSTC

Il Global Sustainable Tourism Council è un'organizzazione indipendente tra i cui associati spiccano agenzie delle nazioni unite, governi nazionali e provinciali, compagnie di viaggio, tour operator e comunità, uniti dall'intento di sviluppare le best practises per il turismo sostenibile. Fondata nel 2009 con la missione di creare e gestire i criteri di sostenibilità, offre due differenti set di indicatori; uno per le aziende ed uno per le destinazioni. I criteri vengono promossi come linee guida per implementare piani di sviluppo sostenibile ma anche come guida per i turisti in maniera che possano avere delle basi per scegliere fornitori e località riconosciuti essere sostenibili secondo degli standard diffusi ed accettati ufficialmente dalla comunità internazionale. Come riportato nella presentazione del progetto per le destinazioni, il GSTC afferma che "i criteri sono stati create con l'intento di ottenere una comprensione comune relativamente alle destinazioni sostenibili. I Criteri GSTC sono gli impegni base ai quali un'organizzazione di gestione turistica dovrebbe aspirare qualora voglia considerare la sostenibilità come parte integrante del proprio operato. Per soddisfare la definizione di Turismo sostenibile, le destinazioni devono avere un approccio interdisciplinare, olistico e integrato che include i quattro principali obiettivi: (i) dimostrare una gestione sostenibile della destinazione, (ii) massimizzare i benefici sociali ed economici e minimizzare gli impatti negativi per la comunità ospitante, (iii) massimizzare i benefici per le comunità, i visitatori e il patrimonio culturale e minimizzare gli impatti negativi e (iv) massimizzare i benefici all'ambiente e minimizzare gli impatti negativi. I Criteri GSTC sono stati studiati per essere usati da tutti le tipologie e dimensioni di destinazioni"

L'organizzazione invita le destinazioni che si sottopongono alla valutazione a seguire il massimo numero di criteri applicabili a seconda delle casistiche e delle legislazioni vigenti, si promuove una gestione della destinazione come insieme di soggetti le cui attività hanno un effetto "cumulativo". Il testo ricorda che lo scopo del programma non è la semplice misurazione delle performance del sistema, bensì l'analisi di quei dati per avere la possibilità di operare al fine di migliorare la sostenibilità della destinazione. Esiste un set di criteri del GSTC per le destinazioni ed uno per gli alberghi e tour operator, nella presentazione dello strumento si sottolinea che "i criteri indicano cosa dovrebbe essere fatto, non come farlo o se l'obiettivo sia stato

raggiunto oppure no” e che “i criteri sono stati concepiti come il principio di un processo volto a rendere la sostenibilità una pratica fondamentale nel turismo”. Per ogni criterio sono stati definiti una serie di indicatori di risultato che vengono forniti come strumento per misurare le conformità ai criteri del GSTC, in questa maniera le destinazioni possono implementare autonomamente dei sistemi di controllo sulla base degli indicatori. Il set per le destinazioni al momento è formato da 41 indicatori e viene continuamente aggiornato anche grazie ai feedback degli iscritti al programma che possono suggerire modifiche o integrazioni, al momento è diviso in 4 sezioni riconducibili ai 4 obiettivi elencati poco sopra nella presentazione degli intenti perseguiti dal GSTC. Il GSTC non fornisce direttamente certificazioni di sostenibilità, grazie all’Integrity Program vengono selezionate organizzazioni indipendenti che vengono accreditate al fine di poterle rilasciare, attualmente i due principali organi che si occupano delle valutazioni sono EarthCheck, che fornisce consulenze in materia dal 1987, e Green Destination, un’organizzazione non-profit che opera in più di 80 stati. Secondo il GSTC questa certificazione “fornisce una soluzione credibile a complessi problemi sociali ed ambientali”²⁴ e sostengono che considerata la crescente preoccupazione dell’opinione pubblica sulle problematiche ambientali, possa dimostrare quanto l’organo amministrativo stia lavorando nel rispetto dell’ambiente per preservarlo in ottica futura, con benefici dal punto di vista dell’immagine. Il processo di valutazione, che ha una validità triennale, avviene dietro pagamento di una quota di partecipazione che varia tra \$350 e \$3000 in base all’entità della situazione da esaminare, al partner viene poi messo a disposizione un esperto che fornisce consigli su come operare per raggiungere gli obiettivi preposti. Periodicamente vengono organizzate conferenze a tema e vengono proposti dei corsi denominati Sustainable Tourism Training Program (a pagamento ma aperti al pubblico) per fornire spiegazioni sul programma e sugli indicatori e per valutare sul campo la validità degli stessi, al termine dei quali viene proposto un esame che se superato dà diritto ad un attestato in turismo sostenibile. Sebbene al termine della procedura di certificazione si inviti i soggetti in esame ad esporre il marchio di sostenibilità ed usarlo per la promozione sul mercato, cercando nei motori di ricerca “gstc certified destination” i risultati non evidenziano una diffusione consistente del programma, anzi, sembra impossibile recuperare una lista di

destinazioni certificate e la SEO sostanzialmente propone solo le pagine del sito ufficiale GSTC. Poco meglio va per la sezione hotel, vengono proposti un paio di OTA (ad esempio Transat e bookdifferent) specializzate nella promozione di proposte alternative, tra le quali vengono comprese anche quelle sostenibili, ma di fatto le strutture ricettive certificate si perdono nella miriade di alloggi proposti. Ancora una volta il limite del programma è la comunicazione e di conseguenza nella scarsa diffusione, anche se interessato all'argomento la difficoltà nella ricerca di informazioni sulle destinazioni certificate e le lungaggini per prenotare una struttura che sia parte del programma potrebbero portare un turista ad orientare la sua scelta verso altre proposte.

3.5 Bandiera Blu

Non esattamente una certificazione per lo sviluppo sostenibile del turismo, bensì un riconoscimento per spiagge ed approdi che rispettano una serie di criteri, imperativi e volontari (definiti criteri guida), "relativi alla gestione sostenibile del territorio". Venne istituito dalla FEE (Foundation for Environmental Education) nel 1987 e riconosciuto globalmente da 49 paesi. La certificazione avviene in 5 fasi, una volta terminate le attività preliminari, vengono raccolti i questionari presentati dalle località richiedenti la certificazione, che vengono poi analizzati e valutati. I criteri che devono essere rispettati riguardano "Educazione ambientale ed Informazione", "Qualità delle acque", "Gestione Ambientale", "Servizi e Sicurezza". Dopo una prima fase di valutazione dei questionari ed avere scremato le domande che non risultino complete o quelle che contengono vizi di forma, la commissione tecnica giudicante analizza le risposte dei questionari operando con una squadra di esperti per ognuno dei quattro ambiti sopracitati. I gruppi di lavoro assegnano un punteggio alle singole tematiche, che vengono trattate con pesi diversi, la cui somma può arrivare fino al voto massimo di 100 punti e per ognuna delle tematiche in analisi è previsto un punteggio di soglia sotto il quale il comune richiedente viene automaticamente escluso. La scala valutazione è composta da 10 argomenti ad ognuno dei quali viene assegnata un'importanza diversa, quelli che pesano di più sul risultato finale sono la voce "Spiaggia" ed alla voce "Gestione Rifiuti".

Tematica	Punteggio
Spiaggia	5 – 13,5
Acque di balneazione	5 – 10
Depurazione acque	0,5 – 10
Gestione Rifiuti	0 – 20
Educazione Ambientale ed Informazione	1 – 12
Iniziative per la Sostenibilità Ambientale	0 – 12,5
Certificazione Ambientale	0,5 – 6,5
Turismo	1 – 10
Pesca professionale	0 – 2,5
Efficienza Energetica	0-3

Figura 4: Presentazione punteggi programma Bandiera Blu divisi per categoria

Ognuno degli argomenti viene a sua volta scomposto e analizzato con la stessa metodologia, per ognuno sono state create delle sotto tabelle valutative e diversi criteri di assegnazione dei punti, alla fine della procedura di analisi la commissione tecnica valuta la performance e nel caso il punteggio sia superiore al valore di soglia deciso dalla commissione stessa prima dell'invio del questionario, il comune che ha fatto domanda di certificazione viene dichiarato idoneo. La lista dei comuni idonei viene successivamente inviata al Coordinamento Internazionale FEE per il definitivo benessere, durante questa fase il coordinamento può effettuare controlli a campione per verificare la veridicità dei dati raccolti che possono portare alla conferma o alla revoca della bandiera blu. Nel caso un comune portasse a termine con successo la procedura di selezione, è tenuto a seguire una serie di adempimenti per tutta la durata della stagione balneare, tra i quali l'obbligo di sventolare la bandiera blu, l'istituzione di almeno un infopoint per attuare la sensibilizzazione dei visitatori, l'attuazione delle misure per effettuare la raccolta differenziata nelle spiagge ed è obbligato a partecipare ad incontri tecnici per la bandiera blu (in caso contrario può incorrere in sanzioni che vanno dal decurtamento di 2 punti dal punteggio complessivo all'esclusione del programma) ed anche in questo caso la Feef può richiedere documentazione e prove fotografiche per verificare l'effettiva applicazione degli obblighi.

La tipologia di certificazione si scosta un po' dal focus principale della mia ricerca in quanto si riferisce ad uno degli aspetti della destinazione turistica ed è applicabile solo alle località costiere, tuttavia risulta essere il programma con il maggior impatto sull'opinione pubblica e sui mass media, ogni anno alla pubblicazione delle

destinazioni premiate i giornali e le televisioni dedicano loro servizi ed articoli, così facendo non solo accrescono la popolarità delle località ma anche quelle del programma stesso. Sotto questo aspetto possiamo affermare che Bandiera Blu sia l'unico strumento che è accompagnato da un'adeguata campagna di marketing e di sensibilizzazione, i dati parlano di 175 località italiane (per un totale di 368 spiagge) che hanno ottenuto la certificazione del 2018.

3.6 Interreg MED Programme

Un programma di cooperazione che coinvolge 13 paesi dell'area nord del mediterraneo, unite dall'intento di creare una collaborazione per aumentare l'efficienza energetica, garantire la protezione delle risorse naturali e culturali e dell'innovazione, promuovendo allo stesso tempo una crescita sostenibile nell'area e l'integrazione sociale. Attualmente il programma è nel suo quinto ciclo e la programmazione per il periodo che va dal 2014 al 2020, che vede coinvolte 57 regioni divise tra gli 13 stati partecipanti, si concentra su 4 differenti tipologie territoriali, proponendo soluzioni specifiche per valorizzare le risorse e risolvere le problematiche di aree costiere, urbane, insulari e rurali. Il programma è finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Sociale, IPA e dal cofinanziamento nazionale per un totale di 265 milione, vede coinvolti 872 partner e sono stati attivate 91 progetti per raggiungere gli obiettivi fissati dai 4 assi prioritari, il primo di questi consiste nel promuovere la capacità di innovazione nell'area Mediterranea per lo sviluppo di una crescita intelligente e sostenibile, incoraggiando investimenti nell'innovazione da parte delle imprese e cercando di aumentare "l'attività transnazionale dei cluster e dei networks innovativi dei settori chiave dell'area MED"²², con particolare attenzione alle piccole e media imprese. Il secondo asse consiste nel sostenere strategie a bassa emissione di carbonio e l'efficienza energetica in specifici territori dell'area mediterranea, riducendo i consumi degli edifici pubblici e promuovendo l'utilizzo di energie rinnovabili. Il terzo asse, al quale è stato assegnato il budget più consistente, consiste nel proteggere e promuovere le risorse naturali e culturali dell'area mediterranea conservandone la biodiversità coinvolgendo imprese e centri

di ricerca. Il quarto ed ultimo asse ha lo scopo di rafforzare e migliorare le “capacità istituzionale nell’implementazione delle risorse comunitarie”²³.

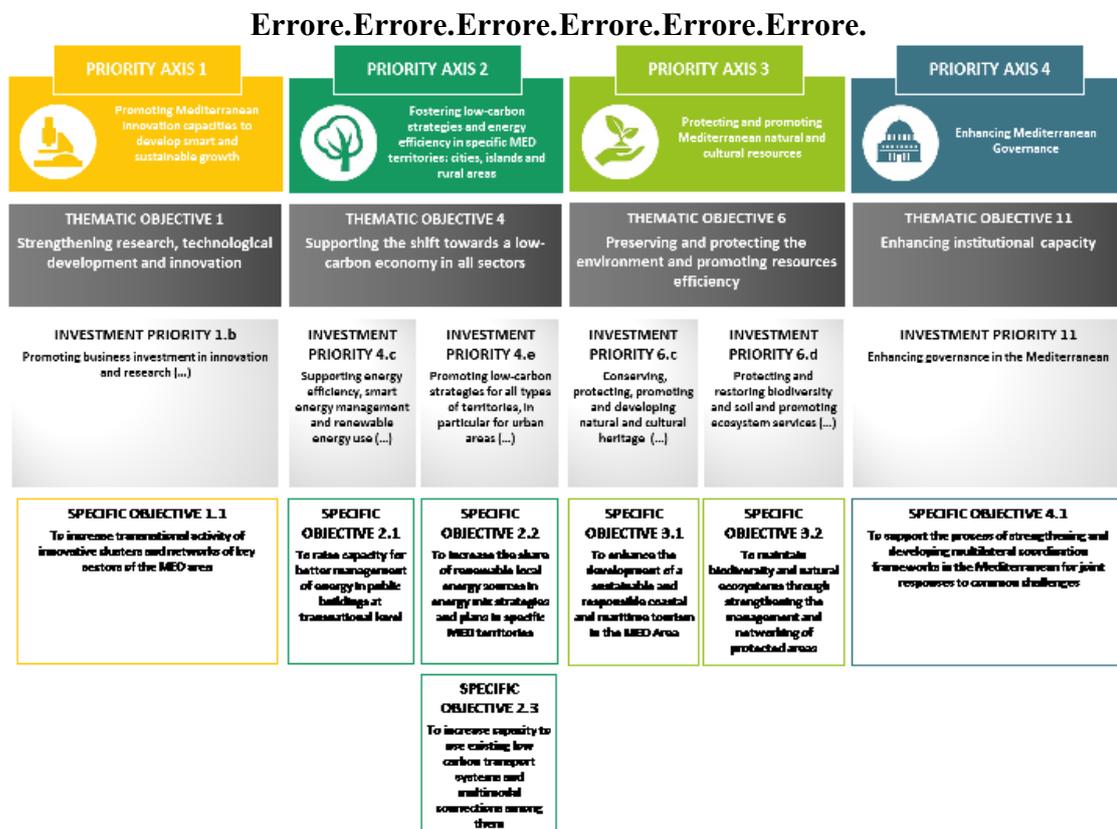


Figura 5: Schematizzazione del processo di valutazione

L’efficacia e la qualità del programma è garantita dalla Commissione di Monitoraggio, che a sua volta istituisce un comitato direttivo che è responsabile, con l’assistenza del segretariato congiunto, della selezione dei progetti in ciascuna fase della procedura di valutazione e dell’approvazione di eventuali modifiche di tutti i tipi di progetto. Infine, la Commissione di Monitoraggio ha il compito di validare la lista dei progetti selezionati attraverso una votazione dei delegati degli stati membri. La gestione del programma è articolata, ed oltre al segretariato congiunto, alla commissione di monitoraggio e al comitato direttivo esistono un’autorità di gestione, che è responsabile dell’implementazione del programma di cooperazione e della sottoscrizione dei contratti con i partner, e di un’autorità di certificazione che ha il compito per l’appunto di certificare le note spese e le domande di pagamento prima di sottoporle alla commissione ed eventualmente procedere al rimborso, oltre che a stilare il bilancio annuale ed occuparsi di effettuare controlli a campione (per questo ciclo l’attività certificante è il ministero della finanza e pubblica amministrazione).

spagnolo). Infine, c'è l'Audit Authority che lavora indipendentemente dagli altri organi ed ha il compito di verificare l'effettivo funzionamento di tutto il sistema di controllo.

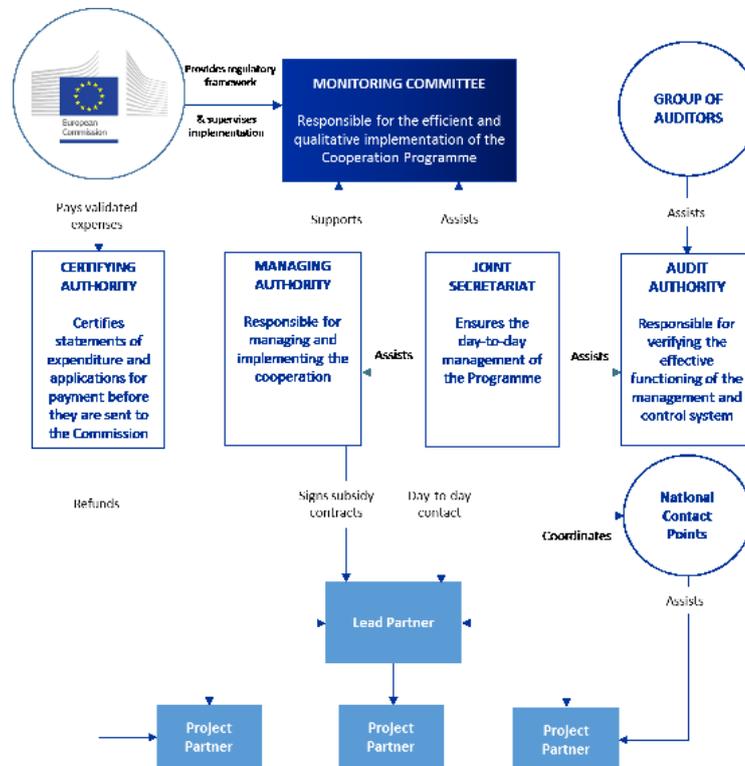


Figura 6: Organigramma

Per fare ordine nei processi operativi, da questo ciclo, è stato definito un nuovo framework che “struttura e rappresenta l'intero processo logico dalla definizione degli obiettivi tematici alle priorità di investimento, fino al raggiungimento dei risultati preposti”, per ognuna delle 4 assi analizzate in precedenza viene assegnata una priorità di investimento ed un obiettivo specifico che non è altro che l'espressione di ciò che ciascuna delle priorità di investimento mira a raggiungere. L'obiettivo specifico è poi espresso con un indicatore di risultato, ognuno dei quali ha un valore di base ed un valore di riferimento per l'anno 2022, che misurano l'impatto del progetto sul fenomeno in maniera da valutarne la funzionalità dello stesso ed aiutare la commissione a decidere se continuare a finanziarlo o meno. Per esempio, nel caso dell'obiettivo specifico 2.1, ovvero il miglioramento della gestione dei consumi elettrici negli edifici pubblici, l'indicatore valuta di quanto aumenta (in percentuale)

il numero dei piani di azione che prevedono l'utilizzo di energie rinnovabili partendo da un valore base di del 16% per i piani regionali e del 29% per quelli locali, fissando l'obiettivo di arrivare rispettivamente al 34% e al 39% entro il 2022. Vengono usati anche degli indicatori di output per misurare i risultati ottenuti dai progetti supportati dal programma oltre che a garantire che il progetto stia operando al fine di raggiungere gli obiettivi del programma. A questo fine vengono applicati 5 diversi criteri; rilevanza, immediatezza, inclusione, corrispondenza per tipo di indicatore, corrispondenza per tipo di modulo e viene definito un valore target che il progetto deve raggiungere considerati gli aspetti di realistica, fattibilità e transnazionalità.

Il Programma Interreg Med contempla progetti di tipologia modulare oppure orizzontale. Nel primo caso i progetti sono divisi in tre moduli, il primo consiste nella fase di studio, nel secondo si passa ad una fase di test e nell'ultimo avviene la capitalizzazione. L'organizzazione ha voluto proporre questa divisione al fine di permettere a chi sviluppa il progetto di poter lavorare in ognuna delle tre fasi concentrandosi sulle assi 1,2 e 3, permettendo di sfruttare in maniera ideale le diverse competenze, caratteristiche e strutture dei partner coinvolti. I progetti orizzontali hanno invece il compito di promuovere la comunicazione e la capitalizzazione dei progetti modulari, al fine di evidenziare meglio gli interessi del programma e dei progetti transnazionali stessi. In questo caso i progetti non rispondono agli indicatori di risultato e di output ma hanno il compito di raccogliere i risultati dei progetti modulari e condividerli con i partecipanti al programma garantendone chiarezza operativa e trasferibilità. Le iniziative riassunte nella pagina ufficiale del programma sono riassunte in diverse categorie come ad esempio la valorizzazione del verde e del mare, la protezione della biodiversità, energie rinnovabili, trasporti urbani e turismo sostenibile e vengono promosse attraverso l'organizzazione di conferenze ed eventi di sensibilizzazione.



Figura 7: Mappa dei Paesi coinvolti nel programma

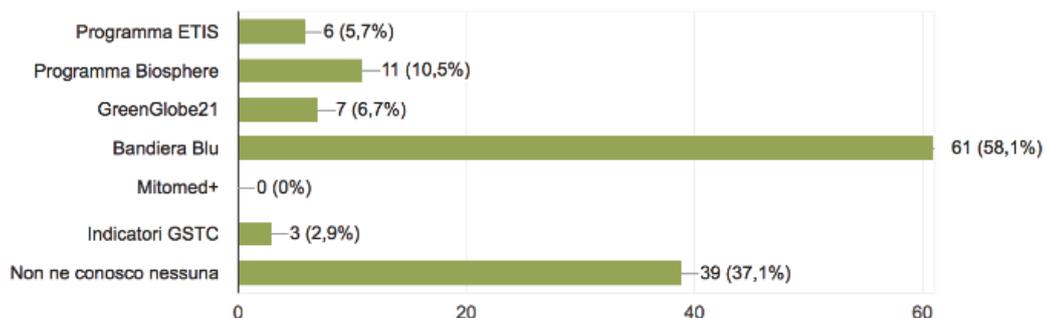
Per numero di paese coinvolti, progetti e per superficie interessata Intermed+ è sicuramente uno dei programmi sulla sostenibilità che avuto più successo e rappresenta uno dei migliori esempi di bestpractises in termini di cooperazione transnazionale. In un certo senso è un programma atipico, diverso dagli altri perché non va a proporre linee guida e non si limita a valutare le performance di una località turistica ma possiamo dire che funge da incubatore e finanziatore per i progetti che rispecchiano i valori del programma, di fatto incentivando le iniziative pubbliche e private in ambito dello sviluppo sostenibile. Lo ritengo un importante esempio di come si possa promuovere un cambiamento fornendo una serie di incentivi, economici e non, alle realtà interessate, cosa che come abbiamo visto in precedenza è il grande limite di altri programmi.

3.7 Osservazioni sui modelli presi in analisi

Nei capitoli precedenti ci siamo fatti un'idea di cosa significhi sostenibilità turistica e abbiamo visto quanti strumenti le destinazioni turistiche abbiano a disposizione per monitorare la loro situazione attuale ed eventualmente valutare le strategie da implementare per migliorare la loro performance. Di fatto però, tutti questi strumenti, quale per un difetto, quale per un altro, sono risultati spesso inefficaci e difficili da utilizzare. Uno dei problemi principali è la difficoltà nel raccogliere tutti i dati necessari per poter rendere efficace l'indicatore, in diversi dei casi analizzati si richiedono informazioni approfondite e le indagini possono durare mesi, se non anni, e non è difficile da immaginare la mole di lavoro e i conseguenti costi che stanno dietro ad un'operazione del genere. A tutto ciò, si sommano le competenze necessarie per analizzare i dati e per ricavarne una strategia operativa, sempre ricordando che di fatto non esistono incentivi concreti e non ci sono garanzie di un ritorno di immagine una volta arrivati ad ottenere dei buoni risultati. Un altro aspetto negativo degli indicatori analizzati è che vi si aderisce volontariamente, di fatto se una DMO dovesse essere conscia di non ottenere un buon risultato da questa forma di indagine, potrebbe tranquillamente non intraprendere il percorso senza nessun tipo di deficit attualmente documentabile. Dobbiamo inoltre ricordare che in svariati casi gli indicatori possono essere esclusi dal calcolo della performance a piacimento e che spesso vengono definiti semplicemente come delle "linee guida", alle quali non segue una strategia operativa imposta ma viene lasciata alla destinazione di agire liberamente per trovare la soluzione al problema. La mancanza di standardizzazione rende impossibile le operazioni di benchmarking tra i vari partecipanti al programma e allo stesso tempo fa perdere credibilità al risultato finale, soprattutto perché è difficilissimo trovare documentazione sui risultati dello studio. La situazione peggiora ulteriormente nel caso degli indicatori promossi da enti privati che si offrono di rilasciare una certificazione dietro pagamento e di mantenerla mediante l'acquisto di quello che a tutti gli effetti è un abbonamento.

3.8 Indagine sulla conoscenza del viaggiatore sull'ambito della sostenibilità

Nella fase di analisi mi ha colpito molto la difficoltà della diffusione dei programmi e delle certificazioni sulla sostenibilità turistica, quindi ho deciso di proporre un questionario (appendice 1) per poter valutare quanto il viaggiatore medio ne sappia in materia e quanto una certificazione possa incidere sulla pianificazione dei suoi viaggi. Ho deciso di proporre il questionario in facebook al fine di raggiungere il target di persone alla quale si rivolgerà principalmente lo strumento che andrò a proporre nel capitolo seguente, così facendo sono riuscito a somministrare il questionario ad un campione di 105 persone, ne è emerso che poco meno della metà di loro sono consapevoli delle ripercussioni negative che i loro viaggi possono avere sulla destinazione (49,5%) e di fatto il 37,1% degli intervistati non era a conoscenza di nessuna di queste certificazioni. Tra i programmi proposti, il più conosciuto è "Bandiera Blu" (58,1% dei votanti) mentre gli altri hanno raccolto scarsi risultati, l'unico degno di nota è il programma Biosphere noto al 10,5% dei votanti. Questo è l'elenco completo:



Infine, il 54,3% afferma che la presenza di una certificazione turistica in una data località non influirebbe sulla loro decisione di preferirla ad una non certificata nella programmazione della loro vacanza. I dati evidenziano ancora una volta la scarsa percezione della sostenibilità turistica tra i viaggiatori e la loro limitata conoscenza delle certificazioni esistenti e penso che questa scarsa fama nell'opinione pubblica non sia utile alla loro diffusione. Come abbiamo la maggior parte degli intervistati non le ritiene nemmeno importanti nella scelta della destinazione da visitare e ciò

significa che una certificazione non è detto che porterebbe un aumento negli arrivi di turisti per una destinazione. Si tratta di una mia valutazione, ma penso che nessuna DMO si impegnerebbe in un progetto così lungo e complicato per pura morale senza la prospettiva di avere un qualche tipo di ritorno economico, o per lo meno d'immagine.

4. S.I.S.T, Un nuovo strumento per monitorare la sostenibilità turistica

Lo scopo di questo studio è proporre un nuovo strumento per la valutazione della sostenibilità turistica che sia gratuito, fruibile da tutte le destinazioni turistiche e da tutti i turisti, di facile utilizzo e lettura e i cui risultati siano credibili e sempre consultabili. Per arrivare a tale risultato bisogna uscire un po' dagli schemi convenzionali proposti dai modelli precedentemente analizzati cercando di superarne i limiti; l'evoluzione tecnologica e la conseguente massificazione dei viaggi sono stati tra i fattori scatenanti della corsa ad una gestione più sostenibile, potrebbero diventare anche la soluzione per riuscire finalmente a creare uno strumento efficace ed equo. L'idea è quella di sfruttare i nuovi canali di comunicazione e le nuove tecnologie per riuscire a creare un nuovo modo di raccogliere e di leggere i dati, dove non ci siano più gli organi di gestione al centro del progetto ma sia tutto affidato alla community che fruisce della destinazione turistica, siano essi turisti, esercenti o amministratori locali. Ed è qui che nasce S.I.S.T. acronimo di Social Surveys for Sustainable Tourism, uno strumento per il calcolo delle performance di sostenibilità di una destinazione turistica basato su una serie di indagini promosse attraverso i social alle persone che la visitano o che la vivono quotidianamente. Lo scopo è quello di spostare il focus della misurazione sulle persone che siano utenti attivi della rete, andando a sfruttare un sistema simile a quello proposto da Trip Advisor e da altri portali che raccolgono le opinioni dei viaggiatori, in maniera da arrivare più velocemente a calcolare quanto sostenibilmente stia operando la destinazione, le singole aziende ed addirittura il singolo turista. Dal punto di vista operativo, il S.I.S.T è composto da 4 moduli, ognuno dei quali è indirizzato ad una differente categoria di utilizzatori della località in analisi; ad ognuno dei 4 moduli corrisponde un differente questionario, costruito basandosi su una serie di indicatori di sostenibilità, che servirà per raccogliere i dati necessari alla misurazione.

Il Modulo 1 è dedicato ai turisti ed è il nucleo intorno al quale gira tutta la procedura, sostanzialmente per come è stato pensato S.I.S.T. è l'unico veramente indispensabile per l'attivazione del programma in una destinazione. Questo modulo ha una duplice funzione; la prima è di misurare la percezione che il turista ha della sostenibilità turistica della destinazione turistica che sta visitando, mentre la seconda ha lo scopo

di dare un feedback al turista che partecipa al questionario su quanto sia attento alla tematica della sostenibilità turistica e quanto il suo comportamento influisca in maniera positiva, o negativa, sulla sfera ambientale e socio-culturale della località. In questa maniera si vuole andare a sensibilizzare il turista che partecipa all'indagine ma si vogliono anche andare ad usare le logiche di competitività tra gli utenti dei social e l'importanza che danno alla loro web reputation per far diventare la partecipazione a S.I.S.T. un qualcosa di virale per la rete al fine di poter raggiungere sempre più persone e poter analizzare il maggior numero possibile di destinazioni turistiche. Su questa world-of-mouth 2.0 si basa l'intera logica del programma ed è per questo che il modulo 1 è l'unico veramente fondamentale, perché di fatto il successo del progetto si basa sulla sua larga diffusione. Al fine di motivare il turista a rispondere alle domande, ho pensato ad un questionario relativamente corto e di facile lettura, che non risulti noioso e che idealmente premi i turisti più attivi premiandoli con una certificazione pubblicabile nei loro profili nei social network che possa dare un riconoscimento al loro lavoro sul campo. Sempre pensando di avvalersi all'aiuto dei social, le domande riguardanti gli aspetti anagrafici dell'intervistato possono essere saltate in quanto i dati sarebbero già reperibili dalle informazioni che il suo account condivide con il sistema, allo stesso modo possiamo sapere qual è la sua provenienza e di conseguenza fare una stima di quanti chilometri ha percorso per raggiungere la destinazione (dato utile per il calcolo dell'anidride carbonica "prodotta" dal turista per il suo viaggio).

Il modulo 2 si rivolge all'amministrazione locale delle destinazioni turistiche ed idealmente è quello che più si avvicina alle procedure degli strumenti classici, in questo caso la compilazione è a cura degli enti istituzionali e si presume che siano già in possesso di tutti i dati richiesti. Principalmente serve come benchmark per valutare il distacco dalla percezione dell'amministrazione locale rispetto a quello di residenti, turisti ed esercenti locali ma è utile anche a raccogliere misurazioni sui dati ufficiali di arrivi, presenze, numero di esercenti, numero di abitanti e tutti gli altri dati considerabili come istituzionali. Considerata la difficoltà degli altri modelli nel coinvolgere le amministrazioni pubbliche, anche in questo caso il questionario risulta essere semplice e per non gravare in termini di costi e tempo di lavoro.

Il modulo 3 è pensato per raccogliere informazioni intervistando i gestori delle attività commerciali, che possono fornire informazioni fondamentali sulle dinamiche del sistema turistico locale che compongono e grazie alle loro indicazioni possiamo avere una rappresentazione più chiara di come i turisti si comportano durante il loro soggiorno. Ad oggi gran parte delle rilevazioni ed indagini statistiche sul turismo passano per i dati forniti dagli addetti al settore, partendo da questo presupposto il modello vorrebbe incoraggiare una loro partecipazione sempre più attiva nella valutazione del fenomeno che si trovano quotidianamente a vivere. A differenza del turista, gli esercenti sono, o almeno dovrebbero, a conoscenza della cultura e tradizione della località nella quale operano e possono avere un occhio critico sull'operato dell'amministrazione, sull'impatto dei turisti sulla destinazione e su come si muove la concorrenza. Tutti questi elementi, una volta combinati, ci forniscono la percezione che chi gestisce un'attività commerciale ha della destinazione in cui opera.

Il modulo 4 si concentra sulle opinioni dei residenti, i veri conoscitori della cultura e delle tradizioni locali. Chi abita in una destinazione deve convivere ogni giorno con i turisti che la visitano, vedono come cambia la tipologia di turismo durante le stagioni, durante gli anni, e possono valutare il trend della tipologia di attività turistiche che vengono proposte, la qualità dell'offerta e la tradizionalità dei ristoranti, dei negozi e di qualsivoglia attività commerciale. Al fine della valutazione globale che questo strumento vorrebbe raggiungere, la raccolta dei dati relativi ai residenti è sicuramente una delle misurazioni più significative, perché forti della loro costante presenza nel territorio e grazie alla conoscenza dello stesso si può dire che forniscono il resoconto più veritiero.

Con questa struttura, la misurazione è affidata al 75% alle opinioni delle persone allo scopo di raggiungere una massa critica di utenti coinvolti che in un certo senso porti le amministrazioni locali a voler partecipare al programma, usando questa leva si vuole superare le difficoltà che gli altri modelli hanno storicamente avuto nel coinvolgere gli organi amministrativi, considerando anche che dal punto di vista legislativo non ci sono mezzi coercitivi per una partecipazione obbligata e che non è possibile teorizzare una serie di incentivi economici che possano motivare alla partecipazione. Per ognuna delle domande dei 4 diversi questionari, corrisponde un

punteggio e la media dei punteggi raccolti fornirà il dato sulla sostenibilità percepita. A seconda del risultato una destinazione verrà giudicata più o meno sostenibile. Perché il risultato della ricerca sia significativo è necessario si raccolgano un numero significativo di interviste, ho stimato che nel caso del modulo 1 è necessario si raccolgano un numero di questionari pari al 40% degli arrivi registrati nell'anno precedente a quello in analisi, sotto tale soglia si continuerà a raccogliere informazioni che saranno comunque valutate dal sistema ma i risultati saranno pubblicati in beta version e alla destinazione non sarà riconosciuta alcuna certificazione. Lo stesso vale per gli altri moduli, mantenendo valido il limite del 40% di residenti e di attività commerciali. Ad ogni questionario corrisponde un punteggio che può arrivare fino ad un massimo di 100 punti, la media dei punteggi raccolti per ogni categoria ne dà il risultato. La valutazione globale della destinazione può essere data dal risultato del modulo 1, che ricordiamo essere l'unico modulo fondamentale, oppure dalla media della misurazione del modulo 1 con quelle degli altri moduli disponibili, in questo caso le combinazioni possibili sono svariate, lo schema seguente e riassume graficamente.

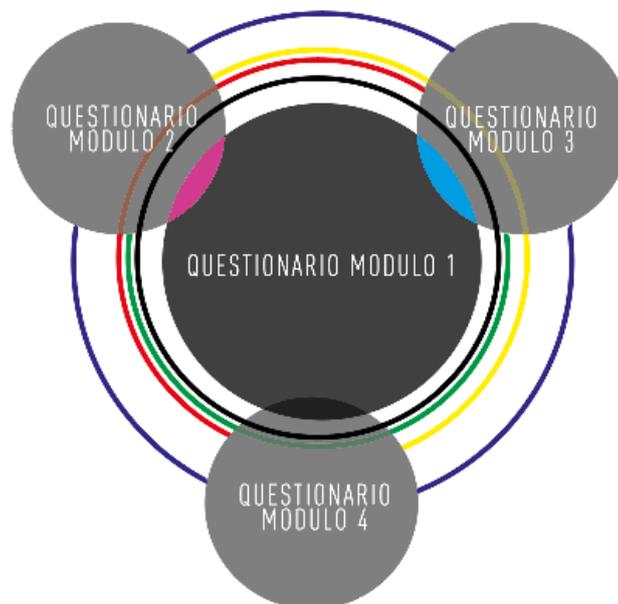


Figura 8: Schematizzazione Modello S.I.S.T.

Ogni linea corrisponde ad un possibile incrocio di dati, si potranno ottenere risultati dall'analisi di uno, due, tre oppure tutte e 4 i formulari. La media delle misurazioni disponibili darà il risultato globale di sostenibilità percepita nella destinazione. In base al totale ottenuto la destinazione verrà valutata più o meno sostenibile.

SOSTENIBILITÀ PERCEPITA	90 - 100	ECCELLENZA
	70 - 90	SOSTENIBILE
	60	SOSTENIBILITÀ PARZIALE
	0 - 50	NON SOSTENIBILE

Figura 9: Tabella Valutazioni S.I.S.T.

Il fatto che la misurazione venga effettuata basandosi sui dati raccolti tra gli utenti permette di raggiungere un dato più credibile perché frutto della valutazione degli attenti attivi sul territorio e la possibilità di raccogliere il dato da 4 differenti punti di vista non solo rende ancora più significativo il risultato finale, ma permette di poter andare a comparare le differenti valutazioni proposte da turisti, residenti, commercianti ed amministrazione locale. Potrebbe sembrare un confronto banale, ma avendo la possibilità di attivare tutti e 4 i moduli e paragonarne i risultati fornirebbe importanti spunti di riflessione sulle diverse percezioni degli intervistati coinvolti, soprattutto qualora i dati risultassero essere molto distanti tra loro.

Per la costruzione dei questionari, non avendo la possibilità di avvalermi di un pool di esperti per la valutazione della qualità degli indicatori che avrei voluto proporre, ho deciso di adattare a questo strumento gli indicatori già proposti in altri programmi in maniera da poter sviluppare la mia proposta sulla base di strumenti largamente riconosciuti dai tecnici del settore. Per selezionarli mi sono avvalso dei datasheets del modello ETIS, delle indicazioni operative del programma Bandiera Blu e degli indicatori proposti dal GSTC. Sono partito da una riflessione personale su quelle che sono le principali tematiche trattate dal punto di vista teorico ed ho creato una tabella per riassumere tutte le dimensioni che ritengo importante che vengano misurate, come detto prima si può avere un quadro completo della situazione solo se

tutti i 4 moduli vengono completati ma non dobbiamo dimenticare che il punto di partenza dell'analisi è la percezione del turista e le sue osservazioni sulla sostenibilità. Questo criterio vorrebbe essere la vera marcia in più del programma proposto perché pone lo strumento ad un livello popolare, dove non può arrivare l'influenza da parte dell'amministrazione della destinazione in esame, e rende possibile un reale giudizio sull'efficacia delle misure che vengono adottate andando a valutarne i risultati percepiti dai visitatori, e non come spesso accade solo la possibile applicazione teorica. Di seguito la tabella che usata come traccia per la selezione delle tematiche da andare a valutare.

Ambiente	Sociale	Economico
Rifiuti	Numero Abitanti	Spese per il turismo
Inquinamento	Num. lavoratori nel settore	Reddito Medio Cittadinanza
Erosione	Servizi Dedicati	N' esercizi commerciali
Disboscamento	Capacità di carico destinazione	Qualità esercizi commerciali
Riqualificazione	Tasso Occupazione	Tipologia di esercizi commerciali
Gestione Ambientale	Punti di Soccorso	Abusivismo
Qualità delle acque	Presidio di Sicurezza	Costo della vita
Stato Edifici	Indice di Criminalità	Profitti settore turistico
Pulizia Generale	Accessibilità disabili	
	Piano di sicurezza	Promozione
		Logistica
		Aftercare

Figura 10: Aree Tematiche modello S.I.S.T.

Di seguito la lista degli indicatori selezionati:

- Soddisfazione generale

A.1 Analisi del grado di soddisfazione del turista rispetto la destinazione

- Motivazioni: l'opinione generale dei visitatori è il nucleo dell'intero progetto, è importante che la proposta sia percepita in maniera positiva. La qualità dell'esperienza incide sull'abilità della destinazione di generare benefici economici.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo:
 - a) domanda #NUMERO $[\sum \text{risposte con voto} > 7) / \text{numero totale risposte}] * 100$
 - b) Punteggio relativo al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: monitorare la soddisfazione del visitatore ed individuare le criticità sulle quali lavorare per migliorare l'offerta.

A.2 Analisi del grado di soddisfazione dei residenti rispetto all'impatto del turismo sulla destinazione

- Motivazione: monitorare il livello di soddisfazione del cittadino è importante per capire le dinamiche della città ed agire per arginare il fenomeno se necessario.
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) domanda #NUMERO $[\sum \text{risposte con voto} > 7) / \text{numero totale risposte}] * 100$
 - b) Punteggio relativo al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: L'amministrazione locale deve fare tutto il possibile per cercare di mantenere alta la soddisfazione del cittadino e non creare tensioni tra la popolazione ed i turisti.

A.3 Analisi del grado di soddisfazione delle organizzazioni rispetto all'impatto del turismo sulla destinazione

- Motivazione: monitorare il livello di soddisfazione del cittadino è importante per capire le dinamiche della città ed agire per arginare il fenomeno se necessario.
- Dati richiesti: questionario modulo 3
- Metodo di calcolo: media dei punteggi raccolti dall'indagine:
 - a) Domanda #NUMERO $[\sum \text{risposte con voto} > 7) / \text{numero totale risposte}] * 100$
 - b) Punteggio relativo al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: L'amministrazione locale deve fare tutto il possibile per cercare di mantenere alta la soddisfazione delle organizzazioni e non creare tensioni tra la popolazione ed i turisti.

- Analisi del turismo

B.1 Percentuale di visitatori che tornano nella destinazione

- Motivazioni: I visitatori che tornano nella destinazione sono tendenzialmente di maggior impatto sui benefici economici della destinazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 1 (domanda 2)
- Metodo di calcolo: a) $[2 * \sum \text{risposte A} + 5 * \sum \text{risposte B} + 3 * \sum \text{risposte C}] / \text{risposte totali}$
- Azioni suggerite: Monitorare la situazione ed eventualmente analizzare in maniera più approfondita le motivazioni per cui un viaggiatore è spinto a tornare.

B.2 Numero di turisti che pernottano nella destinazione (calcolo presenze)

- Motivazioni: Il numero di turisti che pernottano nella località sono l'indicatore principale del volume turistico di una destinazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 2 / questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - c) Media dei 2 punteggi
- Azioni suggerite: Monitorare i trends e cercare di mantenere la giusta proporzione tra visitatori giornalieri e pernottanti

B.3 Numero di turisti che visitano la destinazione in giornata (monitorare escursionismo)

- Motivazioni: monitorare il numero di escursionisti al fine di comparare il dato con quello dei turisti pernottanti.
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 2 / questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - c) Media dei 2 punteggi
- Azioni suggerite: Monitorare i trends e cercare di mantenere la giusta proporzione tra visitatori giornalieri e pernottanti.

B.4 Contributo del turista all'economia della destinazione

- Motivazioni: L'indicatore misura quanto è importante l'impatto del turismo sull'economia locale e quanto i turisti mediamente spendono durante la loro permanenza.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) Valore economico portato dal turismo / PIL destinazione *100
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 2
- Azioni suggerite: Monitorare i trend per mantenere il controllo del fenomeno.

B.5 Spesa dei turisti pernottanti (alloggio, cibo ed altri servizi)

- Motivazioni: Monitorare la spesa dei turisti è importante per mantenere sotto controllo l'impatto economico del settore sull'economia locale ed allo stesso tempo ci da un'idea sul profilo del visitatore.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: Monitorare i trend per mantenere il controllo del fenomeno.

B.6 Spesa dei turisti giornalieri (alloggio, cibo ed altri servizi)

- Motivazioni: Monitorare la spesa dei turisti è importante per mantenere sotto controllo l'impatto economico del settore sull'economia locale ed allo stesso tempo ci da un'idea sul profilo del visitatore.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: Monitorare i trend per mantenere il controllo del fenomeno.

B.7 Permanenza media dei turisti pernottanti

- Motivazioni: Monitorare la lunghezza media della permanenza dei turisti è importante per la valutazione della performance della destinazione e per la programmazione dell'offerta turistica. Un turista che resta in città più a lungo tende a portare più benefit all'economia locale.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo: \sum risposte domanda 4 / numero di risposte
- Azioni suggerite: Se la permanenza media è bassa, lavorare sull'offerta turistica della destinazione per invogliare il turista ad una permanenza più lunga.

B.8 Tasso medio di occupazione nelle strutture ricettive catalogate come Hotel

- Motivazione: Il tasso di occupazione misura l'efficienza del settore ricettivo e dell'offerta turistica della destinazione. Mantenere un livello di occupazione alto tutto l'anno è importante per l'economia della destinazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3
- Metodo di calcolo:
 - a) punteggio legato al questionario modulo 2
 - b) punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: monitorare il trend, ottimizzare la stagionalità dell'offerta.

B.9 Tasso medio di occupazione nelle strutture ricettive catalogate come B&B

- Motivazione: Il tasso di occupazione misura l'efficienza del settore ricettivo e dell'offerta turistica della destinazione. Mantenere un livello di occupazione alto tutto l'anno è importante per l'economia della destinazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3
- Metodo di calcolo:
 - a) punteggio legato al questionario modulo 2
 - b) punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: monitorare il trend, ottimizzare la stagionalità dell'offerta.

B.10 Tasso medio di occupazione nelle strutture ricettive catalogate come Airbnb o similari

- Motivazione: Il tasso di occupazione misura l'efficienza del settore ricettivo e dell'offerta turistica della destinazione. Mantenere un livello di occupazione alto tutto l'anno è importante per l'economia della destinazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3 /archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) punteggio legato al questionario modulo 2
 - b) punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: monitorare i trends, ottimizzare la stagionalità dell'offerta.

B.11 Analisi sulla tipologia di strutture ricettive presenti nella destinazione turistica

- Motivazioni: In base alla tipologia di struttura possono cambiare le dinamiche del turismo ed il conseguente beneficio economico sulla destinazione. Alcune tipologie risultano essere preferibili ad altre
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3
- Azioni suggerite: Monitorare la quantità di strutture con regolare licenza operano nel territorio ed eventualmente limitare l'apertura di nuove attività

C.1 Numero di turisti per 100 residenti

- Motivazione: La densità della presenza turistica in rapporto con il numero di residenti è un ottimo strumento per misurare l'impatto sociale del turismo sulla popolazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 2
- Metodo di calcolo: numero totale di turisti * media della lunghezza della loro permanenza / numero totale di residenti * 365 /100
- Azioni suggerite: quando la densità di turisti è troppo alta, è importante analizzare la problematica al fine di ridurre lo stress sulla destinazione e migliorare l'esperienza della destinazione

C.2 L'amministrazione locale propone un programma per aumentare la consapevolezza e l'educazione turistiche della popolazione locale

- Motivazione: È importante far capire alla popolazione locale quanto il turismo possa portare loro benefici se gestito in maniera corretta.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: Se non presenti, organizzare corsi e seminari per la popolazione

C.3 La destinazione ha implementato una strategia specifica per monitorare la stagionalità turistica

- Motivazione: Monitorare la stagionalità di arrivi e presenze permette di analizzare il fenomeno ed eventualmente implementare delle politiche atte ad evitare periodi di sovraffollamento.
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 2
- Metodo di calcolo:
 - a) Calcolo della capacità di carico della destinazione
 - b) Statistica sui dati di arrivi e presenze e calcolo di quanti giorni all'anno la soglia massima di capacità viene superata, dividendoli poi per periodi
 - c) Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: Se la situazione risulta problematica in specifici periodi dell'anno, promuovere strategie, come ad esempio l'organizzazione di eventi, per attirare visitatori tutto l'anno

C.4 La destinazione ha un inventario aggiornato e disponibile al pubblico delle attrazioni turistiche (sia naturali che culturali)

- Motivazione: Un elenco di attrazioni turistiche permette di avere una visione più chiara sulle potenzialità di attrattiva dell'area, rende più facile la promozione turistica, la programmazione e la gestione delle aree di interesse.
- Dati richiesti: questionario modulo 2
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario numero 2
- Azioni suggerite: Nel caso tale elenco non fosse mai stato stilato, procedere al censimento delle aree di interesse, rendere pubblici i risultati e monitorare periodicamente lo stato di conservazione delle attrazioni registrate

C.5 Acquisizione dei diritti e delle proprietà nelle modalità indicate dalla legislazione locale, nazionale ed internazionale

- Motivazioni: Al fine di evitare che terreni e proprietà di interesse turistico vengano sottratti ai proprietari in maniera illecita, è importante monitorare le procedure di acquisizione delle stesse avvengano secondo le leggi in vigore e nella massima trasparenza. Tali azioni sono volte ad evitare che popolazioni autoctone, specialmente nel caso siano deboli, vengano private delle proprietà e allontanate dal loro habitat in maniera illecita.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario del modulo 2 sulla presenza o meno di una regolamentazione in materia
 - b) Punteggio legato al questionario del modulo 3 sulla possibilità di esaminare gli atti di acquisizione della proprietà dove sorge l'organizzazione
 - c) Punteggio legato al questionario del modulo 4 sulla raccolta di opinione dei residenti
- Azioni suggerite: Porre attenzione alle dinamiche di compravendita, soprattutto nei territori ad alto interesse turistico, al fine di garantire conformità con le leggi ed evitare ogni forma di discriminazione.

C.6 L'amministrazione locale ha implementato un sistema atto a garantire la sicurezza nell'area, prevenendo potenziali rischi e avendo programmato strategie per risolvere situazioni di criticità. Nello specifico vengono analizzati:

1) Esistenza di un pubblico rapporto di sicurezza 2) Norme sulla sicurezza antincendio
3) Norme sull'igiene 4) regolamentazione dei trasporti 5) Sistema di prevenzione e risposta al crimine 5) Sistema sanità pubblica

- Motivazioni: prima ancora di poter promuovere una gestione sostenibile della destinazione, è necessario che vengano ampiamente rispettate le basilari regole sulla sicurezza e sull'igiene
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 2 / questionario modulo 3 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 3
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 4
 - c) Media delle 5 valutazioni
- Azioni suggerite: Analizzare la situazione, per quanto possibile cercare di proporre una legislazione che regoli tutti i settori chiamati in causa e monitorare il grado di soddisfazione di turisti e residenti. In caso di criticità implementare misure per migliorare i servizi.

C.7 Livello medio del grado di sicurezza percepito dai visitatori durante il soggiorno

- Motivazioni: Indicatore necessario per valutare la sicurezza della destinazione nella percezione del visitatore
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: Qualora il valore medio delle risposte dimostrasse che i visitatori non si sentono sicuri, sarà necessario prendere provvedimenti al fine di ridurre il tasso di criminalità.

C.7.1 Livello medio del grado di sicurezza percepito dai residenti

- Motivazioni: Indicatore necessario per valutare la sicurezza della destinazione nella percezione del residente
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Qualora il valore medio delle risposte dimostrasse che i visitatori non si sentono sicuri, sarà necessario prendere provvedimenti al fine di ridurre il tasso di criminalità.

C.8 Analisi sui turisti che hanno sporto denuncia presso le forze dell'ordine o che comunque abbiano dovuto avvalersi del loro aiuto e valutazione dell'efficienza

- Motivazioni: Valutare il livello di sicurezza della destinazione ed usarlo come campanello d'allarme per altri tipi di impatto sociale sulla destinazione
- Dati richiesti: questionario modulo 2
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - b) Dati richiesti: questionario modulo 2
- Azioni suggerite: Se la percentuale è alta, sarà necessario prendere provvedimenti al fine di ridurre il tasso di criminalità

C.8.1 Valutazione dell'efficienza dell'operato delle forze dell'ordine da parte dei residenti

- Motivazione: Monitorare l'efficienza delle forze dell'ordine agli occhi dei residenti
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - c) Punteggio legato al questionario modulo 4
 - d) Dati richiesti: questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Comparare i risultati dell'inchiesta sui turisti con quella dei residenti per avere la possibilità di confrontare le due percezioni

C.9 Analisi sui turisti che si sono avvalsi di strutture medico-sanitarie e valutazione dell'efficienza

- Motivazioni: Monitorare l'efficienza delle strutture sanitarie agli occhi dei visitatori
- Dati richiesti: questionario modulo 2
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - b) Archivio amministrativo
- Azioni suggerite: Mantenere standard elevati nell'efficienza delle operazioni di primo soccorso e assistenza sanitaria

C.9.1 Valutazione dell'efficienza dell'operato delle strutture medico-sanitarie da parte dei residenti

- Motivazione: Monitorare l'efficienza delle strutture sanitarie agli occhi dei residenti
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - e) Punteggio legato al questionario modulo 4
 - f) Dati richiesti: questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Comparare i risultati dell'inchiesta sui turisti con quella dei residenti per avere la possibilità di confrontare le due percezioni

C.10 Numero di strutture ricettive attrezzate per l'accoglienza di persone disabili

- Motivazione: È importante che una destinazione sia in grado di ospitare persone con disabilità, l'accessibilità è una delle tematiche più volte trattate dalle nazioni unite e nei limiti del possibile è importante che venga garantita.
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo: numero di strutture ricettive attrezzate per l'accoglienza di persone disabili / numero totale di strutture * 100
- Azioni suggerite: Incoraggiare le strutture ricettive ad essere pronte ad accogliere persone con disabilità

C.11 Numero di strutture ritenute accessibili dai turisti che vi hanno soggiornato

- Motivazione: L'indicatore tiene traccia delle opinioni del turista sul grado di accessibilità delle strutture in cui ha soggiornato.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: incrociare il dato con la misurazione A37 al fine di avere una duplice visione della dimensione.

C.12 Percezione generale del turista sull'accessibilità della destinazione considerati urbanistica ed i servizi

- Motivazione: L'indicatore tiene traccia delle opinioni del turista sul grado di accessibilità generale della destinazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: incrociare il dato con la misurazione A37 al fine di avere una duplice visione della dimensione.

C.12.1 Percezione generale del residente sull'accessibilità della destinazione considerati urbanistica ed i servizi

- Motivazione: L'indicatore tiene traccia delle opinioni del residente sul grado di accessibilità generale della destinazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: incrociare il dato con la misurazione C12 al fine di avere una duplice visione della dimensione.

D.1 Percentuale di organizzazioni che hanno risposto al questionario

- Motivazione: monitorare il numero di partecipanti al progetto al fine di valutarne l'andamento.
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo: numero totale di risposte al questionario 3 / numero totale di organizzazioni registrate
- Azioni suggerite: Monitorare il numero di partecipanti, se insufficiente implementare misure per incoraggiare le organizzazioni alla partecipazione al progetto. Qualora fosse necessario, procedere con compilazione obbligatoria.

D.2 L'organizzazione è conforme a tutte le leggi o regolamenti in vigore a livello locale, nazionale ed internazionale

- Motivazioni: È importante che le attività operino nel rispetto delle leggi al fine di garantire un mercato stabile e regolamentato, potendo proporre un'offerta di livello e permettendo alle organizzazioni di operare in un regime di concorrenza leale. Sapendo che tutte le organizzazioni percorrono la stessa strada, senza scorciatoie, è più facile proporre un benchmarking fra attività.
- Dati richiesti: Numero totale di attività presenti nella località, risposte questionario attività turistiche
- Metodo di raccolta: archivio amministrativo / questionario modulo 3
- Metodo di calcolo: Numero totale delle organizzazioni che dichiarano di essere conformi alle normative / numero di attività registrate *100
- Azioni suggerite: Monitorare le attività che risultano infrangere la legge e combattere l'abusivismo

D.3 Il personale delle organizzazioni riceve periodicamente corsi di formazione

- Motivazioni: Per riuscire a mantenere alta la qualità dell'offerta è necessario che gli addetti ai lavori abbiano il giusto know-how e siano in grado di rispondere con efficacia alle richieste dei clienti.
- Dati richiesti: archivio amministrativo / risultati questionario modulo 1 / risultati questionario modulo 3
- Metodo di calcolo:
 - a) Numero di attività che formano il proprio personale + numero di attività in cui il 70% del personale è in possesso di un diploma di secondo livello / numero totale di attività presenti nella località *100
 - b) Media dei punteggi ottenuti alla domanda INSERIRE NUMERO del questionario del modulo 1
- Azioni suggerite: Promuovere ed incentivare le aziende a proporre corsi ai proprio dipendenti / istituire corsi organizzati dalle pubbliche amministrazioni

D.4 L'organizzazione deve comunicare in maniera semplice e comprensibile la propria politica di sostenibilità ed eventuali certificazioni di sostenibilità ottenute

- Motivazioni: È importante che le organizzazioni abbiano una propria linea per lo sviluppo sostenibile delle loro attività ma allo stesso tempo la loro politica deve essere comunicata e promossa al fine di sensibilizzare l'opinione dei visitatori alle tematiche della sostenibilità. Le attività che sono in possesso di una certificazione la devono valorizzare sottolineando l'importanza del loro operato per il rispetto dell'ambiente e della cultura al fine di portare la loro offerta ad un livello maggiore rispetto alle altre nella mappa cognitiva dei visitatori reali e potenziali.
- Dati richiesti: risultati questionario modulo 1 / risultati questionario modulo 3
- Metodo di calcolo:
 - a) Numero organizzazioni che promuovono la loro proposta sostenibile o certificazione / numero organizzazioni che hanno una proposta sostenibile * 100

- b) Numero organizzazioni che promuovono la loro proposta sostenibile o certificazione / numero di attività registrate *100
- c) Numero di organizzazioni ritenute sostenibili dal visitatore
- Azioni suggerite: Aiutare le aziende nella promozione delle proposte sostenibili al fine di poter valorizzare tutto il network della destinazione

D.5 Nelle organizzazioni è disponibile un sistema di valutazione della soddisfazione del cliente

- Motivazioni: Al fine di mantenere controllato il livello di qualità dell'offerta proposta dalla destinazione, è importante che le organizzazioni raccolgano feedback sulla qualità dei servizi da loro offerte ma anche sull'impressione generale che il visitatore ha della località che sta visitando.
- Dati richiesti: risultati questionario modulo 1 / risultati questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo: numero di organizzazioni che propongono un questionario sulla soddisfazione al cliente / numero di attività presenti nella località
- Azioni suggerite: Incoraggiare le attività ad implementare un sistema per raccogliere informazioni sull'opinione del cliente in maniera da poter raccogliere dati ed organizzare la propria proposta in maniera più efficace. Nel complesso, se un buon numero di attività rispondono alla proposta, la destinazione risulterebbe attenta alle esigenze dei visitatori e ciò porterebbe non pochi benefici alla reputazione della stessa

D.6 L'organizzazione fornisce ai visitatori e/o clienti strumenti di interpretazione degli ambienti naturali, della cultura locale e del patrimonio culturale

- Motivazione: Un turista informato riesce a capire meglio quali sono le dinamiche della località che sta visitando ed è in grado di capire che tipo di comportamento mantenere durante la sua permanenza. Non potendo essere certi che gli ospiti arrivino già informati è importante fornire in loco gli strumenti adatti per permettere loro di comprendere le fragilità della zona che stanno visitando
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 2 / questionario modulo 3
- Metodo di calcolo
 - a) Punteggio legato al questionario del modulo 2 sul livello di informazione sulla destinazione
 - b) Punteggio legato al questionario del modulo 3 sul livello di informazione sulla destinazione
 - c) Punteggio legato al questionario del modulo 4 sul livello di informazione sulla destinazione
 - d) Media dei 3 punteggi precedenti
 - e) $\text{Numero di turisti che affermano di arrivare nella destinazione già informati} + \text{numero di turisti che affermano di aver ricevuto formazione arrivati a destinazione} / \text{numero totale turisti intervistati} * 100$
- Azioni suggerite: Qualora i risultati dell'indagine evidenziassero uno scarso livello di informazione tra i turisti, implementare misure per la diffusione delle buone pratiche da seguire in città attraverso una campagna pubblicitaria o la diffusione di materiale informativo

D.7 Percentuale di organizzazioni in possesso di una certificazione volontaria di sostenibilità o responsabilità ambientale

- Motivazione: La certificazione è la dimostrazione che l'organizzazione sta seguendo un piano d'azione sostenibile ed aumenta di valore quando un'organizzazione si sottopone volontariamente alla valutazione.
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) numero di organizzazioni in possesso di una certificazione / numero totale organizzazioni registrate * 100
 - b) numero di organizzazioni in possesso di una certificazione / numero di organizzazioni registrate *100
- Azioni suggerite: valorizzare le organizzazioni in possesso di una certificazione di sostenibilità ed incoraggiare quelle che non ne sono in possesso ad acquisirne uno attraverso la proposta di incentivi e sgravi fiscali.

D.8 Le organizzazioni versano i tributi nella zona nella quale operano

- Motivazione: la permanenza in loco di ricavi e tributi è una delle faccende più delicate dal punto di vista della sostenibilità economica. L'indicatore vuole verificare quante delle aziende che operano sfruttando le infrastrutture e la proposta turistica della località e che versano i loro tributi in loco e quante invece hanno sede legale altre zone
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo: numero di organizzazioni con sede legale nella destinazione / numero di organizzazioni operanti nella destinazione
- Azioni suggerite: tenere un censimento aggiornato delle organizzazioni con licenza ad operare nella destinazione e valutare il regime fiscale con il quale stanno operando

D.9 L'amministrazione locale monitora e rendiconta almeno una volta all'anno i contributi diretti ed indiretti del turismo

- Motivazioni: È fondamentale il controllo dei benefici economici che il turismo porta alla destinazione
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: ND

E.1 Nelle organizzazioni i diritti dei lavoratori sono rispettati, operano in un ambiente di lavoro sicuro e vengono pagati in maniera dignitosa.

- Motivazione: Anche questo indicatore deriva dai dettami delle nazioni unite, il turismo è stato più volte considerato un mezzo per estirpare il problema della povertà e affinché sia effettivamente così, è importante che gli addetti al settore turistico ricevano un giusto ed equo salario. Non essendo calcolabile il confine tra addetti al settore e non, si valuteranno gli stipendi medi di tutti i lavoratori dell'area.
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio fornito dal questionario del modulo 3
 - b) Stipendio medio registrato nelle dichiarazioni dei redditi
- Azioni suggerite: Adottare politiche atte ad un continuo miglioramento delle condizioni di lavoro

E.2 Numero di lavoratori occupati nel settore turistico

- Motivazione: Importante per capire il ruolo nel turismo nella creazione di posti di lavoro
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo.
- Metodo di calcolo:
 - a) numero di lavoratori nel settore turistico registrati / numero di lavoratori totali registrati * 100
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: Monitorare il trend è importante per capire l'impatto del turismo sul tasso di occupazione nella località.

E.3 Numero di lavoratori stagionali occupati nel settore turistico

- Motivazione: Importante per capire il ruolo nel turismo nella creazione di posti di lavoro
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - c) numero di lavoratori stagionali nel settore turistico registrati / numero di lavoratori totali registrati * 100
 - d) Punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: Monitorare il trend è importante per capire l'impatto del turismo sul tasso di occupazione nella località e valutare quanti lavori sono legati alla stagionalità

E.4 Rapporto tra lavoratori stagionali e lavoratori con contratto continuativo

- Motivazione: Capire il rapporto tra i due tipi di contratto ci può dare un'indicazione sulle condizioni di lavoro
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo: Risultati E2 / E3
- Azioni suggerite: Incentivare le organizzazioni ad assumere personale con contratto continuativo

E.5 Nelle organizzazioni vengono offerte opportunità d'impiego, incluso per i ruoli dirigenziali, senza alcuna discriminazione legata a genere, razza, religione, disabilità e in altre forme. Nello specifico ci interesseremo della discriminazione sul genere

- Motivazione: Uno degli elementi che si ritrovano con più frequenza nelle dichiarazioni ufficiali delle nazioni unite è proprio l'importanza di garantire pari opportunità d'impiego per qualsiasi livello professionale.
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) numero di donne impiegate nel settore turistico / numero di impiegati nel settore turistico
 - b) numero di donne impiegate nel settore turistico / numero di donne residenti nell'area
 - c) numero di donne impiegate / numero di donne residenti nell'area
 - d) Punteggio legato alla domanda 18 del questionario del modulo 1
- Azioni suggerite: adozione di politiche atte a garantire le pari opportunità in ambito lavorativo

E.6 Le donne occupano posizioni di vertice nell'organizzazione

- Motivazione: misurazione al fine di verificare se uomini e donne sono rappresentati in maniera equa nel settore turistico, considerate anche le posizioni manageriali
- Dati richiesti: questionario modulo 3
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 3
- Azioni suggerite: nel caso i risultati evidenzino che il numero di donne al comando sia molto più basso di quello degli uomini, si consiglia di promuovere politiche che aiutino l'assunzione di donne per accompagnarle in un percorso di formazione che permetta loro di raggiungere i vertici della scala gerarchica

F.1 Settore pubblico e privato sono coinvolti nella pianificazione e gestione del turismo nella zona, qualora esista questa opportunità.

- Motivazioni: È importante che, nei limiti del possibile, l'amministrazione di una destinazione tenga in considerazione l'opinione di chi vive e lavora nella località.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario del modulo 2 su grado di partecipazione percepito
 - b) Punteggio legato al questionario del modulo 3 su grado di partecipazione percepito
 - c) Punteggio legato al questionario del modulo 4 su grado di partecipazione percepito
 - d) Media dei 3 punteggi precedenti
- Azioni suggerite: Per quanto sia importante rendere partecipi esercenti e residenti alla pianificazione e gestione del turismo, è difficile riuscire a mettere d'accordo un gran numero di persone e convincerle che si sia intrapresa la strada giusta. Qualora si riscontrasse un forte deficit in questa sezione, consiglia di aumentare il numero di informazioni a disposizione della popolazione attraverso la diffusione di report e l'organizzazione di presentazioni (ove possibili dibattiti).

F.2 Nella costruzione di infrastrutture (intesa anche la ristrutturazione), vengono preferiti materiali e pratiche sostenibili a livello locale. Si prendono in considerazione le amenità visive, il paesaggio ed il patrimonio naturale e culturale prima di selezionare l'ubicazione dell'infrastruttura

- Motivazioni: È importante che le infrastrutture siano costruite nel massimo rispetto per l'ambiente e devono inserirsi in maniera armoniosa nel contesto che le ospiterà, al fine di mantenere intatta la storicità e conservare l'architettura tipica del luogo. È altresì importante che vengano costruiti con materiali e pratiche sostenibili e tradizionali a livello locale, al fine di tramandare tradizioni e conoscenze.
- Dati richiesti: questionario modulo 2 / questionario modulo 3 / questionario modulo 4 / Archivio amministrativo (dati catastali)
- Metodo di calcolo:
 - a) numero infrastrutture ritenute tipiche nel questionario 2 / numero totale infrastrutture registrate *100
 - b) numero infrastrutture ritenute tipiche nel questionario 3 / numero totale infrastrutture registrate *100
 - c) numero infrastrutture ritenute tipiche nel questionario 4 / numero totale infrastrutture registrate *100
 - d) media delle tre precedenti valutazioni
- Azioni suggerite: In presenza di un paese pericolo di perdita di autenticità, evitare di concedere autorizzazioni alla costruzione di edifici o infrastrutture in genere che possano turbare l'equilibrio ambientale o culturale della realtà nella quale andrebbero ad innestarsi.

F.3 In caso di acquisti e offerte di beni e servizi, le organizzazioni danno la priorità ai fornitori locali e ai prodotti tradizionali

- Motivo: Un turismo sostenibile dal punto di vista economico crea reddito per la popolazione locale, preferendo prodotti del territorio un'organizzazione contribuisce ad aiutare l'economia locale. Allo stesso tempo, preferendo prodotti locali è più probabile si mantengano vive culture e tradizioni. Se il commerciante può essere indotto a comprare prodotti non locali al fine di risparmiare sui costi di gestione dichiarando poi di avvalersi di prodotti locali, un residente può mettere a disposizione la sua esperienza per una valutazione più realistica del fenomeno.
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario del modulo 3, opinione degli addetti al settore sulla diffusione di prodotti tipici
 - b) Punteggio legato al questionario del modulo 3, opinione degli addetti al settore sulla diffusione di prodotti tipici
 - c) media delle due misurazioni
- Azioni suggerite: Incoraggiare le attività commerciali ad avvalersi di prodotti locali ed offrire articoli che rispecchino la cultura e la tradizione del territorio.

F.4 Analisi della presenza di attività tipiche che aiutino a diffondere la cultura ed i prodotti locali.

- Motivazione: A causa della globalizzazione sempre più attività tipiche lasciano il passo a catene multinazionali. Sebbene il numero di negozi sia un dato tangibile e facilmente calcolabile, la misura di quante risultino essere tradizionali non è semplice e può essere eseguita solo da chi conosce la cultura locale. E' importante che in una destinazione turistica le attività tipiche vengano tutelate perché rappresentano uno strumento importantissimo per la diffusione della cultura locale
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario numero 1
 - b) Punteggio legato al questionario numero 4
 - c) Media delle 2 valutazioni
- Azioni suggerite: Grazie alla percezione e all'opinione dei residenti possiamo capire se attività ritenute tipiche siano ancora operative in numero sufficiente. Effettuando la stessa indagine tra i turisti e comparandola con le risposte dei residenti, possiamo ricavare informazioni su quanto i turisti arrivino preparati alla destinazione e quanto la loro percezione di tipicità si distacchi da quella dei residenti

F.5 La promozione turistica rappresenta la comunità locale in maniera autentica e rispettosa

- Motivazioni: Promuovere la destinazione sottolineando quali siano le usanze del luogo, le attività tipiche e sostenendo i prodotti locali è importante per aiutare la destinazione a raggiungere la sostenibilità culturale ed economica
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 3
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Promuovere la destinazione con campagne di comunicazione che ne esaltino cultura e tradizioni

G.1 La destinazione ha un sistema per monitorare la qualità dell'acqua potabile ed i risultati delle misurazioni sono pubblicamente consultabili.

- Motivazione: Le misurazioni vengono effettuate per monitorare la qualità dell'acqua ed assicurarsi che sia potabile
- Dati richiesti: questionario modulo 2
- Metodo di calcolo: Comparazione con tabella valori
- Azioni suggerite: ND

Parametro	Unità di misura	Valori massimi ammessi (6)
Concentrazione ionica cloruro	Unità di pH	≤ 50 mg/l
Conducibilità	µS/cm a 20°C	2500
Durezza totale	°d	
Ammonio	mg/l	0,5
Fluoruro	mg/l	1,5
Cromo	mg/l	50
Nitrito (come NO ₂ ⁻)	mg/l	0,5
Nitrato (come NO ₃ ⁻)	mg/l	50
Solfato	mg/l	250
Residuo secco a 180°C	mg/l	
Sodio	mg/l	200
Ammonio	µg/l	10
Manganese	µg/l	50
Boro	µg/l	10

G.2 La destinazione ha un sistema per monitorare l'equa distribuzione delle risorse idriche che in caso di siccità premi i residenti

- Motivazione: Questa misurazione serve ad evitare che le risorse idriche vengano suddivise in maniera non equa e che il settore turistico, soprattutto nelle zone più povere, usi grandi scorte d'acqua allo scopo di mantenere la qualità dell'offerta (aree verdi, resort con piscine) a discapito delle popolazioni locali.
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 2 / questionario modulo 3 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 2
 - c) Punteggio legato al questionario modulo 3
 - d) Punteggio legato al questionario modulo 4
 - e) Media delle 4 valutazioni
- Azioni suggerite: Attuare politiche atte ad un'equa distribuzione delle risorse idriche, evitando assolutamente che le popolazioni locali possano avere problemi di scorte d'acqua quando il settore turistico ne consuma grandi quantità

G.3 Indagine sui turisti che agiscono per ridurre gli sprechi d'acqua

- Motivazioni: Difficile monitorare l'effettivo consumo di acqua da parte dei turisti, l'indicatore si basa su una sorta di auto-certificazione del turista sul suo grado di attenzione nel consumare l'acqua.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: Sensibilizzare i turisti ad un uso responsabile delle risorse idriche

G.4 Indagine sui residenti che agiscono per ridurre gli sprechi d'acqua

- Motivazioni: In questo indicatore il dato può essere ricavato dallo storico delle bollette del servizio idrico (ove presenti) ma è difficilmente comparabile non avendo un valore di riferimento standard per tutte le località a livello mondiale. Pertanto, anche in questo indicatore la misurazione viene fatta attraverso una certificazione
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Sensibilizzare i residenti ad un uso responsabile delle risorse idriche

G.5 Indagine sulle organizzazioni che agiscono per ridurre gli sprechi d'acqua

- Motivazioni: Motivazioni: In questo indicatore il dato può essere ricavato dallo storico delle bollette del servizio elettrico (ove presenti) ma è difficilmente comparabile non avendo un valore di riferimento standard per tutte le località a livello mondiale. Pertanto, anche in questo indicatore la misurazione viene fatta attraverso una certificazione
- Dati richiesti: questionario modulo 3
- Metodo di calcolo: questionario modulo 3
- Azioni suggerite: Sensibilizzare le organizzazioni ad un uso responsabile delle risorse idriche

G.6 Indagine sui turisti che agiscono per ridurre gli sprechi di energia elettrica

- Motivazioni: Difficile monitorare l'effettivo consumo di acqua da parte dei turisti, l'indicatore si basa su una sorta di auto-certificazione del turista sul suo grado di attenzione nel consumare energia elettrica.
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo
- Azioni suggerite: Sensibilizzare i turisti ad un uso responsabile delle risorse elettriche

G.7 Indagine sui residenti che agiscono per ridurre gli sprechi di energia elettrica

- Motivazioni: Motivazioni: In questo indicatore il dato può essere ricavato dallo storico delle bollette del servizio elettrico (ove presenti) ma è difficilmente comparabile non avendo un valore di riferimento standard per tutte le località a livello mondiale. Pertanto, anche in questo indicatore la misurazione viene fatta attraverso una certificazione
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
- Azioni suggerite: Sensibilizzare i residenti ad un uso responsabile delle risorse elettriche

G.8 Indagine sulle organizzazioni che agiscono per ridurre gli sprechi di energia elettrica

- Motivazioni: Motivazioni: Motivazioni: In questo indicatore il dato può essere ricavato dallo storico delle bollette del servizio elettrico (ove presenti) ma è difficilmente comparabile non avendo un valore di riferimento standard per tutte le località a livello mondiale. Pertanto, anche in questo indicatore la misurazione viene fatta attraverso una certificazione
- Dati richiesti: questionario modulo 3
- Metodo di calcolo:
- Azioni suggerite: Sensibilizzare le organizzazioni ad un uso responsabile delle risorse elettriche

G.9 Percentuale delle organizzazioni che utilizzano acqua riciclata

- Motivazioni: Monitorare l'attività delle organizzazioni al fine di ridurre gli sprechi e migliorare la gestione delle risorse idriche
- Dati richiesti: questionario modulo 3 / archivio amministrativo
- Metodo di calcolo:
 - a) punteggio legato al questionario modulo 3
 - b) numero di organizzazioni che utilizzano acqua riciclata / numero totale organizzazioni *100
- Azioni suggerite: incoraggiare le organizzazioni ad utilizzare acqua riciclata (ove possibile) attraverso incentivi economici

G.10 Percentuale delle organizzazioni che utilizzano energie rinnovabili

- Motivazioni: Monitorare l'attività delle organizzazioni al fine di ridurre gli sprechi e migliorare la gestione delle risorse elettriche
- Dati richiesti: questionario modulo 3
- Metodo di calcolo:
 - a) punteggio legato al questionario modulo 3
 - b) numero di organizzazioni che utilizzano acqua riciclata / numero totale organizzazioni *100
- Azioni suggerite: incoraggiare le organizzazioni ad utilizzare energie rinnovabili attraverso incentivi economici

G.11 Indagine sui turisti che fanno la raccolta differenziata

- Motivazioni: Riciclare è il miglior metodo per la gestione dei rifiuti ed aiuta a diminuire l'impatto ambientale del turismo sulla definizione
- Dati richiesti: questionario modulo 1
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: Uno sforzo collettivo associato ad una politica che incentivi lo smaltimento dei rifiuti in maniera differenziata e l'utilizzo di beni di consumo prodotti con materiali derivanti dal riciclo

G.12 Indagine sui residenti che fanno la raccolta differenziata

- Motivazioni: Riciclare è il miglior metodo per la gestione dei rifiuti ed aiuta a diminuire l'impatto ambientale del turismo sulla definizione
- Dati richiesti: questionario modulo 4
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Uno sforzo collettivo associato ad una politica che incentivi lo smaltimento dei rifiuti in maniera differenziata e l'utilizzo di beni di consumo prodotti con materiali derivanti dal riciclo

G.13 Indagine sulle organizzazioni che fanno la raccolta differenziata

- Motivazioni: Riciclare è il miglior metodo per la gestione dei rifiuti ed aiuta a diminuire l'impatto ambientale del turismo sulla definizione
- Dati richiesti: questionario modulo 3
- Metodo di calcolo: Punteggio legato al questionario modulo 1
- Azioni suggerite: Uno sforzo collettivo associato ad una politica che incentivi lo smaltimento dei rifiuti in maniera differenziata e l'utilizzo di beni di consumo prodotti con materiali derivanti dal riciclo

G.14 Indagine sulla distribuzione degli spazi verdi (parchi, boschi, etc.)

- Motivazioni: Spesso un'eccessiva domanda turistica può portare alla cementificazione delle aree verdi, che invece devono essere preservate
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Operarsi al fine di preservare le aree verdi, cercando di limitare la costruzione di edifici.

G.15 Indagine sul tasso di povertà della popolazione della località turistica

- Motivazioni: Uno dei principali obiettivi del UNWTO è la lotta alla povertà attraverso lo sviluppo turistico, è pertanto fondamentale raccogliere informazioni sul fenomeno e monitorarne l'andamento
- Dati richiesti: questionario modulo 1 / questionario modulo 4
- Metodo di calcolo:
 - a) Punteggio legato al questionario modulo 1
 - b) Punteggio legato al questionario modulo 4
- Azioni suggerite: Purtroppo la povertà del mondo è un problema articolato e difficile da affrontare, sicuramente un turismo sano e sostenibile per la destinazione può aiutare a migliorare la situazione

4.1.1 Modulo 1 – il questionario per il Turista

Di seguito il questionario pensato per il turista:

Domanda 1 - È generalmente soddisfatto della sua esperienza nella destinazione?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: A1
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 2- È la sua prima volta qui in vacanza?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No, sono già stato qui meno di 5 anni fa
C ● No, sono già stato più di 5 anni fa
- Indicatore di riferimento: B1
- Punteggio proposto:

Si	2
No, sono stato qui meno di 5 anni fa	5
No, sono stato qui più di 5 anni fa	3

Nel punteggio valgono di più i viaggiatori “repeaters” perché si stima portino più benefici all’economia locale

Domanda 3 – Alloggia in una struttura in prossimità del centro storico, in una nelle zone periferiche o in una struttura di un'altra città?

- Risposte possibili: A ● In un hotel nel centro storico della città
- B ● In una struttura prenotata in Airbnb o similare in città
- C ● In un hotel nella periferia della città
- D ● In una struttura prenotata in Airbnb o similare nella periferia della città
- E ● In un hotel di un'altra città
- F ● In una struttura prenotata in Airbnb o similare in un'altra città
- G ● Sono qui in giornata

Indicatore di riferimento: B2 / B3 / B8 / B9 / B10

Punteggio proposto:

A	5
B	4
C	3
D	2
E	1
F	0
G	caso speciale

Domanda valida anche per la valutazione del turista:

punteggio AB 3 – C 2 – DEF 1

Nel caso della risposta G il punteggio viene calcolata in maniera leggermente più complessa, l'escursionista o turista giornaliero può essere una risorsa per la destinazione se il numero di questi turisti non è esagerato e soprattutto se non è sproporzionato rispetto a quello dei turisti che pernottano nella destinazione, fattore che deve essere considerato nel calcolo del punteggio.

Nel caso che $\sum G < \sum A$ alla risposta G saranno assegnati 3 punti, nel caso $\sum G > \sum A$ 0 punti.

Domanda 4 – Qual è la durata del suo soggiorno (in notti)? (saltare ne caso risposta G domanda precedente)

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● +di 10
- Indicatore di riferimento: B2 / B3 / B7
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 5 – Secondo lei la struttura dove alloggia / ha alloggiato è accessibile per una persona disabile?

- Risposte possibili: A ● Sì
B ● No
C ● In parte
- Indicatore di riferimento: C11
- Punteggio proposto:

A	5
B	1
C	3

Per questa domanda è necessario analizzare le risposte non solo qualitativamente ma anche quantitativamente considerando che se la maggior parte degli intervistati risponde no si suppone che le strutture della località siano per la maggior parte non idonee ad ospitare persone con disabilità. Per tanto varrà la regola:

Se $\sum \text{No} > \sum \text{Si}$ a tutte le risposte registrate nella località turistica in esame verrà assegnato un punteggio pari a 1.

Domanda 6 – Saprebbe stimare quanto ha speso in città durante la sua permanenza?

- Risposte possibili:
 - 0 - 100
 - 101 - 250
 - 251 – 500
 - 501 – 750
 - 751 – 1000
 - 1001 – 1500
 - 1501 – 2000
 - 2001 – 2500
 - 2501 – 3000
 - più di 3000
- Indicatore di riferimento: B6
- Categoria: valutazione destinazione
- Punteggio proposto: In questo caso la valutazione è presente solo per la destinazione

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 7 – Secondo lei, durante la vacanza ha consumato cibo tipico?

- Risposte possibili: A ● Sì, ed era di buona qualità
B ● Sì, ma non era di buona qualità
C ● No, ho preferito mangiare in catene conosciute
D ● Non saprei
- Indicatore di riferimento: C2 / F4 / F5
- Punteggio proposto:

A	5
B	3
C	1
D	2

Domanda 8 – Durante la sua permanenza, su una scala da 1 (molto poco) a 10 (molto) quanto ha temuto per la sua incolumità?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C7
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 9 – Durante la sua permanenza, ha dovuto avvalersi dell'aiuto delle strutture medico/sanitarie?

- Risposte possibili :
 - Si e le ritengo efficienti
 - Si ma non le ritengo efficienti
 - No e non ne ho avuto bisogno
- Indicatore di riferimento: C9
- Punteggio proposto:

A	5
B	1
C	3

Domanda 10 – Durante la sua permanenza, ha dovuto avvalersi dell'aiuto delle forze dell'ordine?

- Risposte possibili :
 - Si e le ritengo efficienti
 - Si ma non le ritengo efficienti
 - No, non ne ho avuto bisogno
- Indicatore di riferimento: C8
- Punteggio proposto:

A	5
B	1
C	3

Domanda 11 – Durante la sua permanenza, ha usato i mezzi di trasporto pubblici?

- Risposte possibili :
 - Si e le ritengo efficienti
 - Si ma non le ritengo efficienti
 - No, mi sono mosso con mezzi privati
 - No, ho noleggiato un veicolo in loco
 - No, mi sono mosso principalmente a piedi
- Indicatore di riferimento: C12
- Punteggio proposto:

A	4
B	2
C	3
D	3
E	5

Domanda 12 – Durante la sua permanenza, ha gettato i suoi rifiuti seguendo le indicazioni della raccolta differenziata?

- Risposte possibili :
 - Si, sempre
 - Si, solo nella struttura ricettiva e non per strada
 - Si, Solo per strada e non nella struttura ricettiva
 - No, non c'erano a disposizione gli strumenti adeguati
 - No
- Indicatore di riferimento: G11
- Punteggio proposto:

A	5
B	3
C	3
D	0
E	1

Domanda valida anche per la valutazione del turista:

punteggio A3 – BC 2 – D 1 – F 0

Domanda 13 – Durante la sua permanenza, su una scala da 1 a 10, quante volte si è trovato in luoghi eccessivamente affollati?

- Risposte possibili : ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C3
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 14 – Durante la sua permanenza, su una scala da 1 a 10, con che frequenza ha preferito itinerari alternativi a quelli classici?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10 ● Non saprei
- Indicatore di riferimento: C3 /D8
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda valida anche per la valutazione del turista:

punteggio ABC 0 – DE 1 – FG 2 – HIL 3

Domanda 15 – Durante la sua permanenza, in una scala da 1 a 10, quanto è stato attento a consumare acqua e corrente elettrica con coscienza?

- Risposte possibili : ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10 ● Non saprei
- Indicatore di riferimento: G15
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda valida anche per la valutazione del turista:

punteggio ABC 0 – DE 1 – FG 2 – HIL 3

Domanda 16 – In base a quanto visto durante la sua permanenza, su una scala nella destinazione turistica ci sia una presenza adeguata di spazi verdi?

- Risposte possibili : ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10 ● Non saprei
- Indicatore di riferimento: ND
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda valida anche per la valutazione del turista:

punteggio ABC 0 – DE 1 – FG 2 – HIL 3

Domanda 17 – Prima della sua partenza, su una scala da 1 a 10, quanto si è informato sulla cultura e sulla proposta turistica della destinazione che stava per visitare?

- Risposte possibili : ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10 ● Non saprei
- Indicatore di riferimento: E5
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 18 - Secondo la sua opinione, su una scala da 1 a 10, in che misura il numero di donne impiegate nel settore turistico è equo rispetto a quello degli uomini?

- Risposte possibili : ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10 ● Non saprei
- Molti più uomini metà/metà Molte più donne
- Indicatore di riferimento: G16
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 19 – Secondo la sua opinione, su una scala da 1 a 10, come valuta la situazione economica media dei residenti della località che ha visitato?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10 ● Non saprei

Molti poveri metà/metà Molto ricchi

- Indicatore di riferimento: G16

- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 20 – Secondo la sua opinione, su una scala da 1 a 10, come valuta il grado di preparazione ed istruzione dei residenti e degli addetti al settore turistico con i quali ha avuto delle interazioni durante il suo soggiorno?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10 ● Non saprei

Molti poveri metà/metà Molto ricchi

- Indicatore di riferimento: D3

- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

4.1.2 Modulo 2 – Il questionario per l'Amministrazione della Destinazione Turistica

Di seguito il questionario pensato per l'amministrazione della destinazione turistica:

Domanda 1 – Nella destinazione opera un'organizzazione che si occupa della gestione, della valutazione e della programmazione del turismo?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: C2 / C2.1 / C3
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 2 – La destinazione ha un sistema per il monitoraggio di arrivi e presenze?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: B2
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 4 – Qual è il tasso medio di occupazione nelle strutture ricettive catalogate come hotel nella destinazione?

- Risposte possibili: A ● 0 – 30%
B ● 30 – 40%
C ● 40 – 50 %
D ● 50 – 60%
E ● 60 – 70%
F ● 70 – 80%
G ● 80 – 100%
- Indicatori di riferimento: B9
- Punteggio proposto:

A - B - C	0
D	1
E - F	2
G	3

Domanda 5 – Qual è il tasso medio di occupazione nelle strutture ricettive catalogate come B&B nella destinazione?

- Risposte possibili: A ● 0 – 30%
B ● 30 – 40%
C ● 40 – 50 %
D ● 50 – 60%
E ● 60 – 70%
F ● 70 – 80%
G ● 80 – 100%
- Indicatori di riferimento: B10
- Punteggio proposto:

A - B - C	0
D	1
E - F	2
G	3

Domanda 6 - Qual è il tasso medio di occupazione nelle strutture ricettive catalogate come Airbnb o similari nella destinazione?

- Risposte possibili: A ● 0 – 30%
B ● 30 – 40%
C ● 40 – 50 %
D ● 50 – 60%
E ● 60 – 70%
F ● 70 – 80%
G ● 80 – 100%
- Indicatori di riferimento: B11
- Punteggio proposto:

A - B - C	0
D	1
E - F	2
G	3

Domanda 7 – L'amministrazione locale e/o la DMO propongono un programma per aumentare la consapevolezza e l'educazione turistica della popolazione locale?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C2
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 8 – L'amministrazione locale e/o la DMO hanno adottato una strategia specifica per monitorare la stagionalità turistica?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C3
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 9 - L'amministrazione locale e/o la DMO hanno stilato un inventario, sempre aggiornato e disponibile al pubblico, delle attrazioni turistiche?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● Si, ma non è pubblico
C ● No
- Indicatori di riferimento: C4
- Punteggio proposto:

A	3
B	1
C	0

Domanda 10 - L'amministrazione locale e/o la DMO stilano e mantengono pubblicamente consultabile un registro di tutte le acquisizioni di proprietà?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● Si, ma non è pubblico
C ● No
- Indicatori di riferimento: C5
- Punteggio proposto:

A	3
B	1
C	0

Domanda 11 - L'amministrazione locale ha implementato un sistema atto a garantire la sicurezza nell'area?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 12 - *L'amministrazione locale ha implementato un sistema atto a garantire il rispetto delle norme antincendio nell'area?*

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 13 - *L'amministrazione locale ha implementato un sistema atto a garantire il rispetto delle norme igienicosanitarie nell'area?*

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 14 - *L'amministrazione locale ha implementato un sistema atto a garantire il rispetto delle norme antincendio nell'area?*

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 15 - *Nella destinazione operano un sistema di forze dell'ordine?*

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 16 - *Nella destinazione sono presenti strutture medico-sanitarie?*

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 16.1 – *Se presenti, le strutture medico-sanitarie mantengono un registro di quanti turisti se ne avvalgono annualmente?*

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 21- – *L'amministrazione locale e/o la DMO monitorano il numero di lavoratori impiegati nel settore turistico?*

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: D11
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 21.1 – *Numero di lavoratori impiegati nel settore turistico*

- Risposte possibili: A ● 0 – 10% F ● 50 – 60%
B ● 10 – 20% G ● 60 – 70%
C ● 20 – 30% H ● 70 – 80%
D ● 30 – 40% I ● 80 – 90%
E ● 40 – 50% E ● 90 – 100%
- Indicatori di riferimento: D11
- Punteggio proposto:

A - E	1
B - I	2
C - H	3
D - G	4
E - F	5

Domanda 23 – Settore privato ed i cittadini vengono coinvolti nella pianificazione del turismo nella zona?

- Risposte possibili: A ● Si
 - B ● Si, solo il privato
 - C ● Si, solo il cittadino
 - D ● No
- Indicatori di riferimento: F1
- Punteggio proposto:

A	3
B	2
C	1
D	0

Domanda 24 – Nella costruzione delle infrastrutture (o nel loro restauro), vengono preferiti materiali e pratiche sostenibili a livello locale?

- Risposte possibili: A ● Si
 - B ● Si, solo il privato
 - C ● Si, solo il cittadino
 - D ● No
- Indicatori di riferimento: F2
- Punteggio proposto:

A	3
B	2
C	1
D	0

Domanda 25 – La destinazione ha un sistema per monitorare la qualità dell’acqua potabile ed i risultati di tali misurazioni sono pubblicamente consultabili?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: G1
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 26 – La destinazione ha un sistema per monitorare l’equa distribuzione delle risorse idriche che in caso di siccità premia i residenti?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● Si, ma non premia i residenti
C ● No
- Indicatori di riferimento: G2
- Punteggio proposto:

A	4
B	1
C	0

Domanda 27 – La destinazione è in possesso di una certificazione di sostenibilità turistica o ambientale?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: Modificare
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 28 – La destinazione è in possesso di una certificazione di sostenibilità turistica o ambientale?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: Modificare
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 29 – La destinazione organizza eventi per promuovere le tradizioni e la cultura locale?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatori di riferimento: Modificare
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

4.1.3 Modulo 3 – Il Questionario per le Attività commerciali

Di seguito il questionario pensato per le attività commerciali:

NB: la denominazione “attività commerciale” viene sostituita dal termine “organizzazione”

Domanda 1 – L’organizzazione è generalmente soddisfatta dall’impatto del turismo sulla destinazione?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: A3
- Punteggio proposto: Punteggio da 1 a 10 punti in corrispondenza alla risposta data

Domanda 2 - Qual è la durata media del soggiorno dei vostri clienti presso la vostra struttura?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● +di 10
- Indicatore di riferimento: B2 / B3 / B8 / B9 / B10
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 3 - In quale categoria di struttura ricettiva vi catalogate?

- Risposte possibili: A ● HOTEL
B ● B&B
C ● Airbnb o similare
- Indicatore di riferimento: B11
- Punteggio proposto:

A	3
B	2
C	1

Domanda 4 - Qual è il tasso medio mensile di occupazione presso la vostra struttura?

- Risposte possibili: A ● 0 – 30%
B ● 30 – 40%
C ● 40 – 50%
D ● 50 – 60%
E ● 60 – 70%
F ● 70 – 80%
E ● 80 – 100%
- Indicatore di riferimento: B8 / B9 / B10
- Punteggio proposto:

A - B - C	0
D	1
E - F	2
G	3

Domanda 5 - Secondo la vostra opinione, l'amministrazione locale propone programmi di informazione allo scopo di aumentare la consapevolezza e l'educazione turistica della popolazione locale?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: C2
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 6 - Siete in possesso della documentazione relativa all'acquisto della struttura che gestite e/o il terreno in cui sorge? È validata dalle autorità competenti e rispetta le leggi in vigore?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: C5
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 7 - Siete a conoscenza dell'esistenza di un pubblico rapporto sulla sicurezza dell'area nella quale operate?

- Risposte possibili: A ● Si e lo abbiamo visionato / ci è stato presentato
- B ● Si ma non lo abbiamo mai visionato né ci è stato presentato

C ● No

- Indicatore di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	2
B	1
C	0

Domanda 8 - La vostra struttura rispetta le norme sulla sicurezza antincendio e sull'igiene imposte dalle amministrazioni locali?

- Risposte possibili: A ● Si

B ● No

- Indicatore di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 9 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10 quanto è efficiente il sistema di prevenzione e risposta al crimine nell'area nella quale operate?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● +di 10
- Indicatore di riferimento: C6 / C8.1
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 10 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10 quanto è efficiente il sistema di medico sanitario nell'area nella quale operate?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● +di 10
- Indicatore: C6 / C8.2
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 11- La vostra struttura è attrezzata per l'accoglienza di persone disabili?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: C10
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 12 - La vostra organizzazione è conforme a tutte le leggi o regolamenti in vigore a livello locale?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: D2
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 13 - Il vostro personale riceve periodicamente corsi di formazione?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: D3
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 14 - La vostra organizzazione opera secondo una politica sostenibile? Se si, tale politica viene promossa in maniera comprensibile ai visitatori?

- Risposte possibili: A ● Si e viene promossa sul mercato
B ● Si ma non viene promossa sul mercato
C ● No
- Indicatore di riferimento: D4
- Punteggio proposto:

A	3
B	1
C	0

Domanda 15 - Nella vostra organizzazione è disponibile un sistema di valutazione per raccogliere le impressioni del cliente?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: D5
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 16 - La vostra organizzazione fornisce ai visitatori strumenti per interpretare al meglio la cultura e gli ambienti naturali e di interesse culturale della destinazione?

- Risposte possibili: A ● Si

B ● Si ma la raccolta dei questionari non è efficace e/o

efficiente

C ● No

- Indicatore di riferimento: D8
- Punteggio proposto:

A	3
B	1
C	0

Domanda 17 - La vostra organizzazione è in possesso di una certificazione di sostenibilità o responsabilità ambientale?

- Risposte possibili: A ● Si

B ● No

- Indicatore di riferimento: D9
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 18 - La sede legale della vostra organizzazione è ubicata nell'area nella quale operate?

I tributi vengono versati all'amministrazione dell'area nella quale operate?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: MODIFICARE
- Punteggio proposto:

A	3
B	0

Domanda 19 - L'amministrazione locale tiene traccia dei vostri documenti fiscali e registra gli importi che versate?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● Non so
C ● No
- Indicatore di riferimento: D11
- Punteggio proposto:

A	2
B	1
C	0

Domanda 20 - Tutti i vostri dipendenti hanno un contratto di lavoro che risponde agli standard imposti dalla legislazione locale ed operano in un ambiente sicuro?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: E1
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 21 - Qual è la percentuale di lavoratori assunti con contratto stagionale presso la vostra attività?

- Risposte possibili: A ● 0 – 30 %
B ● 30 – 50 %
C ● 50 – 80%
D ● 80 – 100%
- Indicatore di riferimento: E4
- Punteggio proposto:

A	3
B	2
C	1
D	0

Domanda 22- Qual è la percentuale di lavoratori di sesso femminile sul totale di impiegati presso la vostra organizzazione?

- Risposte possibili: A ● 80 – 100 %
B ● 50 – 80 %
C ● 30 – 50%
D ● 0 – 30%
- Indicatore di riferimento: E5
- Punteggio proposto:

A	3
B	2
C	1
D	0

Domanda 23 - Quanti lavoratori di sesso femminile occupano posizioni di vertice all'interno della vostra organizzazione?

- Risposte possibili: A ● 80 – 100 %
B ● 50 – 80 %
C ● 30 – 50%
D ● 0 – 30%
- Indicatore di riferimento: E6
- Punteggio proposto:

A	3
B	2
C	1
D	0

Domanda 24 - Secondo la vostra opinione, in una scala da 1 a 10, quanto siete coinvolti nella pianificazione e nella gestione del turismo nell'area in cui operate?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F1
- Punteggio proposto:

1 - 4	0
5 - 6	1
7 - 8	2
9 - 10	3

Domanda 25 - La vostra organizzazione, nella costruzione o nel restauro delle strutture, preferisce materiali e pratiche sostenibili a livello locale, considerando le amenità visive, il paesaggio ed il patrimonio culturale?

- Risposte possibili: A ● Si
 - B ● No, i costi sono troppo elevati
 - C ● No, preferisco materiali più tecnologici
 - D ● No
- Indicatore di riferimento: F2
- Punteggio proposto:

A	3
B	2
C	1
D	0

Domanda 26 - Quanto, la vostra organizzazione, in una scala da 1 a 10, acquista ed offre prodotti locali e si affida a fornitori che li producono in loco

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F3
- Punteggio proposto:

1 - 4	0
5 - 6	1
7 - 8	2
9 - 10	3

Domanda 27 - Secondo la vostra opinione, in una scala da 1 a 10, nel territorio dove operate è presente una buona diffusione di attività tipiche?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F5
- Punteggio proposto:

1 - 4	0
5 - 6	1
7 - 8	2
9 - 10	3

Domanda 28 - Secondo la vostra opinione, in una scala da 1 a 10, quanto la promozione turistica rappresenta la comunità locale in maniera autentica e rispettosa

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F6
- Punteggio proposto:

1 - 4	0
5 - 6	1
7 - 8	2
9 - 10	3

Domanda 29 - Secondo la vostra opinione, in una scala da 1 a 10, quanto le risorse idriche locali vengono distribuite in maniera equa?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F2
- Punteggio proposto:

1 - 4	0
5 - 6	1
7 - 8	2
9 - 10	3

Domanda 30 - La vostra organizzazione ha adottato un sistema per ridurre gli sprechi di acqua?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: G5
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 31 - La vostra organizzazione ha adottato un sistema per ridurre gli sprechi di energia elettrica?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: G7
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 32 - La vostra organizzazione utilizza acqua riciclata?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: G9
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 33 - La vostra organizzazione utilizza fonti di energia rinnovabili

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: G10
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

Domanda 34 - La vostra organizzazione smaltisce i rifiuti secondo la logica della raccolta differenziata?

- Risposte possibili: A ● Si
B ● No
- Indicatore di riferimento: G13
- Punteggio proposto:

A	2
B	0

4.1.4 Modulo 4 - Il questionario per il residente

Di seguito le domande del questionario dedicato ai residenti:

Domanda 1 – Complessivamente, quanto è soddisfatto dell'impatto del turismo sulla località in cui vive?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: A.2
- Categoria: valutazione destinazione
- Punteggio proposto: Punteggio da 1 a 10 punti in corrispondenza alla risposta data

Domanda 2 – L'amministrazione pubblica le ha mai proposto un seminario o del materiale informativo per informarla sulle dinamiche del fenomeno turistico nella località in cui vive?

- Risposte possibili: A ● Si e l'ho letto e/o mi è stato presentato
B ● Si ma non l'ho mai letto né mi è mai stato presentato
C ● No / Non so
- Indicatore proposto: C2
- Punteggio proposto:

A	5
B	2
C	0

Domanda 3 – È a conoscenza di un pubblico rapporto sulla sicurezza dell'area in cui vive?

- Risposte possibili: A ● Si e l'ho letto e/o mi è stato presentato
B ● Si ma non l'ho mai letto né mi è mai stato presentato
C ● No / Non so
- Indicatore di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

A	5
B	2
C	0

Domanda 4 – Secondo la vostra opinione, in una scala da 1 a 10, quanto le attività turistiche che operano nell'area in cui vivete rispettano le normative in materia antincendio?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 5 – Secondo la vostra opinione, quante attività turistiche che operano nell'area in cui vivete rispettano le normative in materia d'igiene?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C7
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 6 - Generalmente, su una scala da 1 (molto poco) a 10 (molto) quanto teme per la sua incolumità?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C7
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 7 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto ritenete efficienti le forze dell'ordine che operano nella località n cui risiedete?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C8.1
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 8 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto ritenete efficienti le strutture medico-sanitarie operanti nella località n cui risiedete?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C9.1
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 9 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto ritenete che la destinazione sia accessibile ad una persona disabile considerandone urbanistica e servizi?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C12
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 10 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto ritenete che i turisti che visitano la località siano informati sulla vostra cultura e patrimonio culturale?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 11 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto vi ritenete coinvolti nella pianificazione e gestione del turismo nella zona dove risiedete?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: C6
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 12 - Parlando della vostra abitazione, nella costruzione o nel restauro delle strutture, preferite materiali e pratiche sostenibili a livello locale, considerando le amenità visive, il paesaggio ed il patrimonio culturale?

- Risposte possibili: A ● Si
 - B ● No, i costi sono troppo elevati
 - C ● No, preferisco materiali più moderni
 - D ● No, non la ritengo una cosa importante
- Indicatore di riferimento: F2
- Punteggio proposto:

A	5
B	3
C	2
D	1

Domanda 13 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto le attività turistiche che operano nell'area dove risiedete usano, promuovono e vendono prodotti locali?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F3
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 14 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quante attività commerciali rispecchiano i canoni culturali e di tradizionalità dell'area in cui risiedete?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F4
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 15 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto la promozione turistica rappresenta la comunità locale in maniera autentica e rispettosa?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: F6
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 16 - Secondo la vostra opinione, su una scala da 1 a 10, quanto le risorse idriche locali vengono distribuite in maniera equa?

- Risposte possibili: ● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7 ● 8 ● 9 ● 10
- Indicatore di riferimento: G2
- Punteggio proposto:

1 - 3	0
4 - 5	1
6 - 7	2
8	3
9	4
10	5

Domanda 17 - Generalmente, adottate soluzioni per ridurre gli sprechi d'acqua?

- Risposte possibili: • Si
 - No
- Indicatori di riferimento: G5
- Punteggio proposto:

A	5
B	1

Domanda 18 - Generalmente, adottate soluzioni per ridurre gli sprechi di energia elettrica?

- Risposte possibili: • Si
 - No
- Indicatori di riferimento: G7
- Punteggio proposto:

A	5
B	1

Domanda 19 - Generalmente smaltite i rifiuti secondo la logica della raccolta differenziata?

- Risposte possibili: • Si
 - No
- Indicatori di riferimento: G12
- Punteggio proposto:

A	5
B	1

4.2 Modalità di raccolta e presentazione dei dati

Negli strumenti precedenti rappresentava una criticità perché si proponeva venisse effettuata attraverso l'uso di questionari senza però indicare ulteriori dettagli e si lasciava l'onere di analizzare i dati agli organi di gestione della destinazione. La proposta di questo strumento è di digitalizzare la raccolta di informazioni, sfruttando le attuali tecnologie si può diffondere rapidamente il questionario in svariate lingue e si possono ingaggiare un considerevole numero di visitatori. Sicuramente l'attuale diffusione degli smartphone è di grandissimo aiuto a tale scopo, tuttavia a causa degli alti costi di gestione e degli alti costi di advertising sarebbe sconsigliato l'utilizzo di un'applicazione, in quanto il download di un'applicazione richiede tutto sommato uno sforzo da parte del turista che dovrebbe vedere in essa uno strumento utile, se non indispensabile, per il suo viaggio ma l'implementazione di contenuti su un largo numero di destinazioni riporterebbe al problema di gestione centralizzata ed invece lo scopo di questo strumento dev'essere quello di decentralizzare la gestione dell'indagine. È fondamentale rendere la partecipazione al questionario una cosa interessante agli occhi del turista ed incentivarlo a partecipare all'indagine, a tal fine ci possono essere d'aiuto i social network come facebook ed instagram, argomenti che tratteremo nel paragrafo sul piano di comunicazione. Utilizzando un'unità di raccolta dati centralizzata, si potrebbero implementare numerosi confronti tra i dati in maniera da poter incrociare i risultati dei questionari dei visitatori con quelli di esercenti, cittadini e DMO della destinazione in oggetto e per fare ciò è necessaria l'implementazione di un programma gestionale che sia in grado di completare tutte le operazioni di calcolo, nonché di un portale attraverso il quale permettere agli organi di gestione della destinazione di accedere all'area di inserimento dati. Dal punto di vista organizzativo e di gestione questa potrebbe essere la voce più costosa dell'implementazione del progetto, però risulterebbe sicuramente uno strumento più accattivante della tavola Excel proposta da altri modelli sulla sostenibilità, come ad esempio il programma ETIS. Per quanto riguarda i moduli 2, 3, 4 le modalità di raccolta delle informazioni potrebbero essere diversificate. Nel modulo 2, la destinazione turistica, sull'onda del programma Bandiera Blu sarà compito dell'amministrazione locale o della DMO, ove presente, richiedere la partecipazione al programma e tale richiesta sarà valutata ed accettata

solo nel caso si sia raggiunta la soglia minima di recensioni registrate nel modulo del turista, nel caso fosse sufficiente l'organo di gestione avrà accesso al portale per completare il questionario. Una volta attivato il modulo 1 sarà possibile procedere alla raccolta dati e gli altri moduli, sebbene si presuma che i residenti e le attività commerciali abbiano interesse ad essere coinvolti nell'indagine, l'attivazione del modulo relativo alla destinazione potrebbe permettere un ulteriore aiuto da parte dell'amministrazione locale nel coinvolgimento della cittadinanza. Nello specifico il modulo 3 potrebbe essere proposto al momento della richiesta di atti d'ufficio da parte del titolare dell'attività, potrebbe essere allegato alla compilazione della dichiarazione dei redditi o alla domanda di rinnovo della licenza (così facendo la raccolta dati avrebbe luogo in lasso di tempo più lungo e con una frequenza meno intensa). Nel caso del modulo 4, il cittadino potrebbe essere invogliato a partecipare dalla campagna pubblicitaria o dagli stessi strumenti utilizzati per coinvolgere il turista (vedere paragrafo 4.3), nel caso non si riuscisse ad arrivare ad una buona partecipazione si potrebbe ricorrere nuovamente ad un obbligo di compilare il questionario almeno una volta all'anno nel momento di depositare la dichiarazione dei redditi (in questo caso escludo il momento del rinnovo dei documenti a causa della lunga validità degli stessi). Un altro elemento fondamentale per rendere efficace lo strumento è che i risultati siano pubblici, facilmente consultabili e costantemente aggiornati. Per fare ciò è importante che risultino di facile lettura e facilmente condivisibili tra gli utenti, allo stesso tempo sarebbe importante poter approfondire come si è arrivati al risultato finale. Per fare ciò propongo un'interfaccia grafica che possa risultare accattivante, consultabile da mobile e che permetta l'interrogazione dei dati di tutte le città che fanno parte del programma.



Figura 11: Rendering presentazione risultati

Vediamo ad esempio il caso di Venezia, in alto a destra è presente il risultato globale (51) in giallo, ed è dato dalla somma dalla media dei 4 moduli presentati in basso. Per approfondire nel dettaglio la valutazione di un singolo modo, basterà cliccare per vedere la media delle valutazioni raccolte tra, ad esempio, i turisti.



Figura 12: Rendering risultati categoria S.I.S.T.

Grazie alle domande del questionario dedicato ai turisti, possiamo avere risultati divisi per macro-argomenti. Ad esempio, la voce “accessibilità” fa riferimento alle domande sull’accessibilità delle strutture ricettive e dell’area urbana in generale, mentre la voce “gestione dei flussi” è dato dal risultato delle domande sull’affollamento dei luoghi visitati.

4.3 Il piano di Marketing e Comunicazione

Il successo della diffusione dello strumento di valutazione della sostenibilità turistica passa per un'efficace piano di comunicazione che punti alla sensibilizzazione delle persone sull'argomento e che le spinga ad una partecipazione attiva. Negli ultimi anni gli strumenti a disposizione delle aziende per fare marketing sono aumentati spropositatamente grazie all'avvento delle nuove tecnologie e l'uso sempre più intensivo dei social network per le campagne pubblicitarie, rendendo gli utenti sempre più coinvolti e sempre più emotivamente legati ai brand che decidono di seguire. Ad oggi si stima che gli utenti attivi sui social network da mobile siano 3.087 miliardi, poco meno della metà della popolazione mondiale, mentre le stime di UNWTO parlano di 1.03 miliardi di arrivi, pertanto si può ben sperare che una buona parte dei turisti ricada tra i possessori di smartphone attivi sui social network e sfruttare questo dato a nostro favore. Nel 2015 la responsabile del marketing di twitter, Daina Middleton, affermò che *“al giorno d’oggi, se davvero vuoi che le persone stabiliscano una relazione forte e duratura con il brand, devi ispirarle e invogliarle a partecipare costruendo con loro una relazione duratura, [...] Instaurare una relazione con gli utenti oggi significa piantare un seme, creare un ecosistema del quale anche i tuoi i utenti vogliono fare parte. E poi ancora coltivare ciò che hai seminato, portare acqua quando serve, fertilizzarlo, seguirne costantemente l’evoluzione. Sostenerlo, ma senza cercare di controllarlo, e questo perché non puoi, perché sei in una relazione paritaria con tutti coloro che ne fanno parte. Se condividono qualcosa è perché ci credono, la vogliono, ha un senso per loro”*²¹. La campagna comunicativa dovrà fare leva sulle emozioni dei viaggiatori, facendoli sentire coinvolti come attori fondamentali nella salvaguardia dell’ambiente e della cultura dei paesi che stanno visitando e dovrà creare hype attorno all’iniziativa, in modo da farla diventare uno status symbol ed incoraggiare i turisti a parteciparvi spingendo sull’emozione di far parte della community. In questo caso specifico, il piano parte dalla sensibilizzazione del viaggiatore medio sul tema della sostenibilità turistica, argomento che non gode di molta fama nell’opinione pubblica, in maniera

²¹ https://www.wired.it/internet/social-network/2015/05/15/marketing-social-network/?refresh_ce=

da far crescere il senso di responsabilità nei viaggiatori scuotendone le coscienze ed andare ad innescare un movimento tra i consumatori (domanda) in maniera tale che le destinazioni turistiche (offerta) si vedano costrette a parteciparvi per non perdere terreno rispetto alle concorrenti nella mappa cognitiva dei potenziali visitatori. Per avere un'idea di quanto le persone ne sappiano in materia ho proposto un sondaggio ad un campione di 105 persone, ne è emerso che solo metà di loro sono a conoscenza delle possibili ripercussioni che le loro vacanze possono avere sull'ambiente e sulla situazione socioeconomica della località che visitano (49,9%) e che il 77,1% di loro sceglie la propria meta ed i servizi di trasporto e/o ricettivi solo in base alla tariffa, non valutando se l'offerta sia sostenibile o meno. Il dato ha una duplice lettura, da un lato si evidenzia ancora una volta come non ci sia una vera e propria coscienza sulla sostenibilità turistica e dall'altro si evince che, anche nel caso un turista sappia quanto sia potenzialmente pericoloso per la sostenibilità di una destinazione, antepone il lato economico a quello etico usando come discriminatore per le sue scelte la tariffa proposta. La proposta è quella di sensibilizzare l'opinione pubblica realizzando iniziative di informazione nelle piazze delle principali città d'arte, alla quale affiancare una campagna di guerrilla marketing in maniera da suscitare curiosità ed entusiasmo sull'argomento. Per definizione si tratta di una campagna pubblicitaria non convenzionale ma low cost che generalmente è in grado di generare molto fervore, si è avuta la riprova di quanto possano essere efficaci tanto che le grandi aziende come Coca Cola e Netflix se ne stanno avvalendo per promuovere i loro prodotti. Una volta avviata la sensibilizzazione dell'opinione pubblica, è necessario che anche le aziende ritrovino interesse sull'argomento, in particolare quelle legate al mondo dei viaggi e del digitale in maniera da poter stringere partnership che facilitino la comunicazione del messaggio di sensibilizzazione e la raccolta dei dati. Ancora una volta la mia attenzione ricade sui social network ed in particolare su Facebook, in particolare sulle funzioni di geo localizzazione che vengono offerte dall'applicazioni su mobile anche agli sviluppatori di applicazioni indipendenti. Nel caso ideale, una collaborazione con il colosso del web porterebbe ad un enorme risparmio in termini economici in quanto non sarebbe necessario sviluppare una piattaforma esterna al social e allo stesso tempo l'invito alla partecipazione al questionario potrebbe essere proposto all'utente attraverso un

popup simile a quello che facebook già usa nel caso di attentati o calamità naturali. Il servizio denominato “Servizi per le emergenze” sfrutta la geo localizzazione del device e nel caso al sistema risulti in prossimità di un luogo dove si sia verificata una situazione pericolosa per la salute dell’utente fa comparire in cima alla pagina iniziale dell’applicazione un modulo per comunicare che sta bene.



Figura 13: Esempio Social Network

Un modulo simile potrebbe essere creato per sostenere questo progetto di sostenibilità, con una notifica una volta arrivati in una città al di fuori di quelle frequentate abitualmente che porti direttamente alla pagina di raccolta dati. Considerando l’esplosione del turismo social, che spinge le persone scegliere la destinazione del loro viaggio a seconda della possibilità scattare foto che generino più impression ed un aumento di follower del loro profilo, possiamo dare per scontato che durante una vacanza un’utente attivo entri almeno una volta in uno dei principali social network. Vorrei poi proporre di sfruttare un’idea proposta da Snapchat nel 2017 che consisteva nello sblocco di speciali “geo filtri” solo nel momento in cui ci si fosse recati in una determinata località, proposta che innescò la corsa a postare foto con il più vario numero possibile di filtri, di fatto promuovendo le destinazioni che erano state inserite nella fase sperimentale del programma. In questo caso, si potrebbe riadattare la loro proposta premiando con uno specifico

badge di sostenibilità per gli utenti che hanno completato un minimo di questionari, in diverse località, in maniera da farli risultare dei viaggiatori speciali agli occhi della community, sfruttando ancora una volta l'immagine cool che ha chi viaggia spesso nei social network. Se poi aggiungiamo la possibilità di creare hype su questo badge lasciandolo in esclusiva ai vip per un periodo, una volta liberalizzato a tutti gli utenti si potrebbero ricavare risultati interessanti in termini di partecipazione (stesso principio della spunta blu di facebook, indicatore per riconoscere l'importanza sociale di un profilo). A questo punto entrano in gioco le destinazioni turistiche, se si riesce a generare interesse sul programma le principali città d'interesse, e a seguire tutte le altre, si vedranno in un certo senso costrette a partecipare ed il loro contributo è fondamentale dal punto di vista infrastrutturale della rete. Accedere ad un social network implica avere a disposizione una connessione dati e spesso chi viaggia si trova incatenato alle restrizioni della propria compagnia telefonica, attraverso l'offerta di una rete wifi alla quale si può accedere gratuitamente solo se si completa l'intervista ed in questo modo si potrebbe arrivare anche i turisti che non sono utenti di un social network ma che comunque abbiano bisogno di accedere ad internet. Un'ulteriore implementazione consiste nell'installazione di beacon nei luoghi di interesse della città, in sostanza dei dispositivi economici che sfruttano la connessione Bluetooth per inviare ai cellulari degli stimoli, o per meglio dire delle esche, in maniera da poter proporre al proprietario delle pubblicità o in questo caso, la partecipazione al progetto. Non avendo bisogno di manutenzione e ormai dotati di batterie che durano più di 100 mesi, potrebbero essere uno strumento pratico per la promozione dell'iniziativa e pur non essendo una pratica pubblicitaria molto diffusa, secondo uno studio della Grand View Research questi apparecchi verranno usati su larga scala nei prossimi anni e si stimano ottimi risultati nella loro resa considerando che il 55% dei possessori di uno smartphone tende a tenere acceso il Bluetooth e che l'80% degli utenti che ricevono un'esca accettano di visitare il contenuto ad essa collegato. E' evidente che per poter arrivare ad un gran numero di partecipanti sia necessario l'appoggio la partecipazione attiva di tutti gli attori sopracitati, senza l'appoggio del mondo dei social network l'iniziativa potrebbe trovare applicazione solo attraverso campagne proposte dalle città interessate al progetto ma il rischio è

che il tutto si fermi ad una dimensione locale, facendo perdere di valore la il progetto e soprattutto non permettendo il benchmark tra le varie realtà.

5. Conclusioni

Lo scopo di questo studio è quello di approfondire le tematiche della sostenibilità turistica, analizzare gli strumenti ad oggi disponibili per il calcolo delle performance di sostenibilità delle destinazioni turistiche ed infine proporre uno di nuovo, che possa risultare più efficace e di più facile utilizzo rispetto a quelli esistenti. Nella prima parte della tesi mi sono concentrato sull'analisi dei testi ufficiali delle Nazioni Unite sul tema di Sostenibilità e Sviluppo Sostenibile allo scopo di avere una maggiore conoscenza sulla materia ed essere certo di avere competenze teoriche per poter approfondire la tematica più specifica del turismo sostenibile. Anche in questo caso mi sono focalizzato principalmente sugli elaborati ufficiali che riassumono quanto convenuto durante le conferenze delle Nazioni Unite in materia e sui testi dei trattati sul turismo sostenibile sottoscritti dagli stati membri. Da questa duplice analisi è emersa una criticità legata alle definizioni di sostenibilità e sostenibilità turistica, le Nazioni Unite si sono limitate a dare una labile spiegazione del fenomeno che lascia fin troppo spazio alla libera interpretazione e non si è riusciti a stabilire quale fosse la linea d'azione condivisa che gli stati dovrebbero seguire per arrivare ad un'effettiva crescita sostenibile.

Successivamente ho proposto una visione della sostenibilità turistica a due dimensioni, presentandola divisa tra Domanda (i turisti) e Offerta (le destinazioni) in maniera da poter valutare dei criteri ad hoc per ognuna, sottolineando quanto sia importante tenere in mente la trasversalità del settore turistico e la conseguente vastità di aspetti da analizzare quando si parla di turismo e sostenibilità. Il risultato mi ha portato a considerare che dal lato della domanda la sostenibilità dipende principalmente dalle scelte e dal comportamento del turista prima e durante il suo viaggio, evidenziando come lo sviluppo tecnologico e la crescente propensione a viaggiare abbiano portato a delicate situazioni di sovraffollamento in alcune località turistiche che, combinate a condotte poco responsabili dei turisti in loco, hanno creato esternalità negative nel sistema turistico che gli accoglieva. Dall'altro lato troviamo un'offerta che è sostenibile solo se promossa in maniera coordinata da una comunità che opera in una logica di network con lo scopo di raggiungere il benessere collettivo, che proponga e valorizzi attività tipiche e tradizionali in maniera da preservare e promuovere la cultura locale. In sostanza, la destinazione deve fornire

al turista la giusta offerta e tutti i mezzi necessari per essere sostenibile durante la sua permanenza.

Proseguendo, mi sono occupato dello studio dei modelli e certificazioni esistenti per la misurazione delle performance di sostenibilità turistica di una destinazione o delle strutture ricettive, cercando di comprendere a pieno quali fossero le dinamiche operative per valutarne pregi e difetti. Ne emerso che molti degli strumenti analizzati risultano essere difficilmente utilizzabili a causa dell'elevato numero di dati richiesti per il calcolo del risultato finale, che richiede generalmente richiedo un grosso dispendio di tempo e risorse. Nella maggior parte dei casi presi in considerazione le procedure vengono gestite dall'amministrazione della località turistica che, in completa autonomia, può decidere di sottoporsi volontariamente al processo di valutazione oppure di non farlo. Ad oggi infatti non esiste ancora un sistema in grado di incoraggiare l'adesione delle singole realtà a questo processo e nemmeno un meccanismo che in qualche modo penalizzi chi non vi partecipa, ecco perché è possibile affermare che una destinazione è portata a partecipare solo qualora fosse autonomamente già a conoscenza di poter arrivare ad un buon risultato. Inoltre, dai sondaggi effettuati si è riscontrata una scarsa conoscenza di questi modelli da parte del campione statistico analizzato e rappresentante l'utente medio dei social network; di fatto nemmeno l'opinione pubblica può essere un motore per la diffusione degli strumenti presi in considerazione perché sostanzialmente non si sa cosa siano e di cosa trattino. Oltretutto, contrariamente a quanto indicato dall'UNWTO che afferma l'importanza di rendere pubblici i dati ed i risultati ottenuti da questi studi, molto spesso non è facile reperire i risultati ottenuti dalle poche destinazioni che hanno deciso di sottoporsi alla valutazione; limitando ancora di più la diffusione di una coscienza collettiva sull'importanza di monitorare il fenomeno turistico. Considerando quanto emerso dalla prima fase d'analisi e le problematiche riscontrate dai modelli analizzati, la mia teoria è che essendo la sostenibilità un qualcosa di soggettivo, una percezione che può essere valutata in maniera differente da persona a persona, e proprio per questa sua dimensione qualitativa penso che gli strumenti proposti in passato siano stati inefficaci e difficili da utilizzare, tutti si basavano su misurazioni quantitative del fenomeno. Da questa riflessione è nata l'idea di presentare S.I.S.T., acronimo di Social Inquiries for Sustainable Tourism, uno

strumento per il calcolo delle performance di sostenibilità di una destinazione turistica basato sulla percezione che le persone che la “vivono” hanno della sua sostenibilità. S.I.S.T è composto da 4 moduli, uno per i turisti, uno per l’amministrazione locale, uno per le attività commerciali ed uno per i residenti; ad ognuno di questi moduli corrisponde un differente questionario le cui domande sono state costruite sulla base di una selezione di indicatori che analizzano differenti aspetti della sostenibilità turistica, in parte già utilizzati dai modelli già esistenti. Ogni questionario fornisce un punteggio che può arrivare fino a 100 punti, per ogni modulo il risultato finale sarà frutto della media dei punteggi raccolti con le interviste, mentre il risultato globale della destinazione sarà dato dalla media dei risultati dei 4 moduli. La fase di analisi aveva evidenziato come la tecnologia avesse contribuito ad arrivare ad un turismo di massa e quanto questo fosse dannoso per le destinazioni, la proposta è quella di ribaltare la situazione trasformando tecnologia e turismo di massa nel propulsore della divulgazione di una nuova coscienza sul turismo sostenibile. Dal punto di vista tecnico e di analisi lo strumento potrebbe probabilmente essere approfondito e migliorato, il peso dei vari punteggi è stato solo teorizzato e a causa della complessa struttura del programma non è stato possibile effettuare delle misurazioni sul campo, è quindi probabile debba essere ritardato dopo un’eventuale fase di test. Si potrebbero inoltre proporre un’ulteriore evoluzione che fornisca delle proposte operative calibrate in base allo scaglione in cui si va a posizionare la destinazione in esame. Il vero valore aggiunto dello strumento vorrebbe essere la modalità di diffusione, basandosi sulla logica degli attuali social network si vuole aggirare la difficoltà nel convincere l’amministrazione locale a partecipare a questo tipo di analisi e ci si concentra sugli utenti del network che sono allo stesso tempo i turisti, i commercianti ed i residenti della destinazione in analisi, andando a sfruttare un ambiente interattivo già costruito e consolidato dove le persone sono abituate ad operare in maniera attiva sentendosi a loro agio. L’obiettivo è quello di rendere più facile la misurazione e poterne presentare un risultato più credibile perché frutto dell’opinione della community e non più ricavata esclusivamente dalle misurazioni eseguite dalla direzione pubblica. Sfruttando le dinamiche che oggi regolano le interazioni B2B e B2C nei social si può creare hype sul tema della sostenibilità turistica andando a premiare e certificare i votanti più attivi

che si siano comportati in modo sostenibile, cercando così di far leva sulla sempre più crescente importanza della web reputation per gli utenti allo scopo di incoraggiare sempre più persone a partecipare. In questa maniera si andrebbe ad innescare un meccanismo a catena, una volta raggiunta una massa critica di utenti attivi e conseguentemente un buon numero di destinazioni recensite, sarà interesse degli organi amministrativi delle destinazioni stesse a far parte del gioco e la sostenibilità potrebbe in questo modo diventare un nuovo fattore di competitività, se così fosse le località turistiche avrebbero un crescente interesse ad investire risorse nello sviluppo sostenibile della loro offerta turistica per non perdere terreno nei confronti dei diretti competitors. Tutti questi fattori fanno sì che S.I.S.T. non solo misuri la performance di sostenibilità della destinazione, ma aiuti a diffondere la tematica di sostenibilità con lo scopo di sensibilizzare gli utenti sull'importanza delle loro azioni, non solo in ambito turistico. Considerato il traffico odierno nei social network, se si riuscisse a coinvolgere una buona parte degli utenti si potrebbe arrivare ad una diffusione dello strumento su larga scala, con la speranza che un giorno si possa arrivare ad innescare un fenomeno capace di rendere sempre più efficaci le politiche di sviluppo sostenibile.

Appendice 1

– Questionario per la valutazione delle conoscenze in campo di sostenibilità turistica del viaggiatore medio.

Domanda 1 – Quanti viaggi fai in un anno?

- 1-3
- 4-6
- 7-10
- + di 10

Domanda 2 - Sei a conoscenza delle ripercussioni negative che i tuoi viaggi possono avere sull'ambiente e sulla situazione socio-economica della destinazione che visiti?

- Sì
- No

Domanda 3 - Nella scelta dell'hotel, della compagnia aerea o dei ristoranti per la tua vacanza, preferisci quelli che propongono un'offerta sostenibile?

- Sì
- No
- Scelgo solo in base ai costi / tariffa proposta

Domanda 4 - Conosci qualcuno delle seguenti certificazioni di sostenibilità / strumenti per la misurazione delle sostenibilità di una destinazione turistica?

- Programma ETIS
- Programma Biosphere
- GreenGlobe21
- Bandiera Blu
- Mitomed+
- Indicatori GSTC
- Non ne conosco nessuna

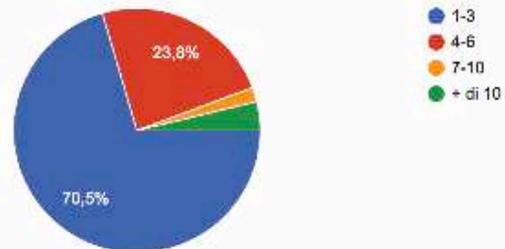
Domanda 5- Su una scala da 1 a 7, quanto la presenza di una certificazione di sostenibilità turistica della destinazione potrebbe influire sulla tua decisione di andarla a visitare preferendola ad altre?

- 1 – Non incide per niente
- 7 – Incide molto

Risultati

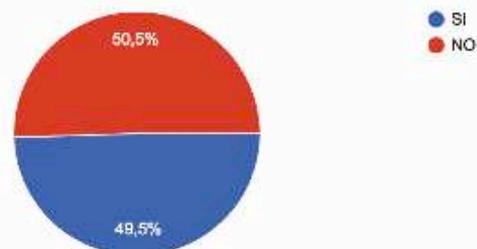
Quanti viaggi fai in un anno?

105 risposte



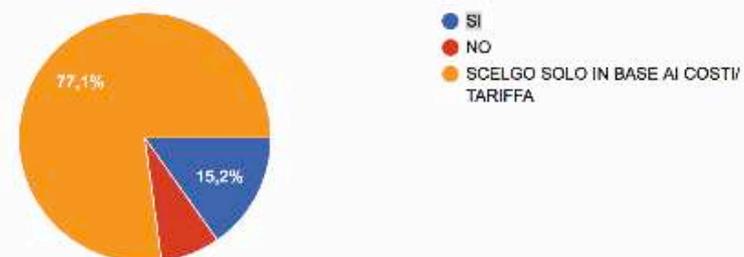
Sei a conoscenza delle ripercussioni negative che i tuoi viaggi possono avere sull'ambiente e sulla situazione socio-economica della destinazione che visiti?

105 risposte



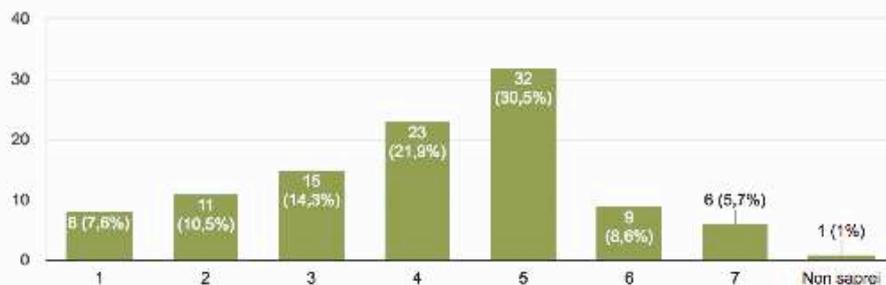
Nella scelta dell'hotel, della compagnia aerea o dei ristoranti per la tua vacanza, preferisci quelli che propongono un'offerta sostenibile?

105 risposte



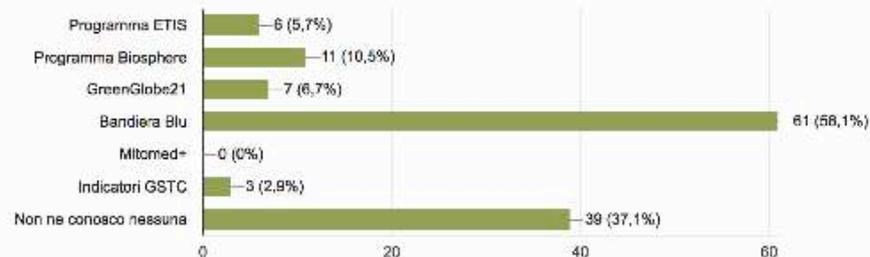
Su una scala da 1 a 7, quanto la presenza di una certificazione di sostenibilità turistica della destinazione potrebbe influire sulla tua decisione di andarla a visitare preferendola ad altre?

105 risposte



Conosci qualcuno delle seguenti certificazioni di sostenibilità / strumenti per la misurazione delle sostenibilità di una destinazione turistica?

105 risposte



BIBLIOGRAFIA

Asamblea General Naciones Unidas, 66/288 El futuro que queremos, Naciones Unidas, United Nations, Distr. general 11 de septiembre de 2012

Elena Delise, Impatti ambientali negativi del turismo: eco-tassa, una soluzione?, *Annali Italiani del Turismo Internazionale*, 2006, volume n.1 pag.31-52
http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2007-01-01_01073.pdf

P.I.Cristiana, *The Importance of Certification Schemes in Sustainable Development of Tourism*, Universitatea Romano Americana, Facultatea de Economia Turismului Intern și Internațional, 2008

A.Boggia, C.Cortina, *Un modello per la valutazione della sostenibilità dello sviluppo a livello territoriale*, Dipartimento di Scienze Economico- Estimative e degli Alimenti Università degli Studi di Perugia , Firenze University Press ESTIMUM 52, Giugno 2008, pg 31-52

S.Timur, D.Getz, *Sustainable Tourism Development: How Do Destination Stakeholders Perceive Sustainable Urban Tourism?*, Department of Business Administration, Faculty of Business and Economics, Eastern Mediterranean University, Goteborg, 2009

A.N. Candrea, A. Ispas, *Visitor Management, A tool for sustainable tourism development in protected areas*, Bulletin of the Transilvania University of Braşov • Vol. 2 (51) - 2009 Series V: Economic Science

Istat, Italian data for un-sdgs Sustainable Development Goals of the 2030 Agenda, Istat, 2017
<http://sdt.unwto.org/about-oneplanet-stp>

Istat, *Indice delle tavole statistiche, misure del benessere dei territori*, Istat, 2017
<https://www.istat.it/it/files//2018/06/Indice-delle-tavole-statistiche.pdf>

Project POLPROP–NATURA, *Sustainable Tourism Model, The Example of the Slitère National Park*, 2000

Paolo Bongini , The European network NECSTouR as a model of shared management of tourist Destinations, Regione Toscana, Siena, 2011 Regione Toscana http://preserve.aer.eu/fileadmin/user_upload/SitePreserve/News_and_events/Final_Conference_Siena/BonginiSienaPreserve20ot011.pdf

Gruppo di Lavoro “Turismo Sostenibile”, La sfida del Turismo Sostenibile nelle destinazioni turistiche italiane, Provincia di Rimini, 2015

WTO, World Tourism Organization Sustainable Development of Tourism e-bulletin Issue: N° 1, WTO, October 2002 <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/e-bulen1.pdf>

United Nations, *United Nations Conference on Environment & Development Rio de Janeiro*, Brazil, AGENDA 21, 3 to 14 June 1992 <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

UNWTO, *Djerba Declaration on Tourism and Climate Change*, Djerba Tunisia, from 9 to 11 April 2003 http://sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/tunisia_decdjerba_en.pdf

United Nations, *Dichiarazione di manila sul turismo mondiale del 1980*, Manila, 1980 <http://www.cm-valtiberina.toscana.it/agenda21/carte/32.pdf>

United Nations, *Manila Declaration on World Tourism*, UNWTO, Manila, 1980 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1>

S.Timur, D.Getz, *Sustainable Tourism Development: How Do Destination Stakeholders Perceive Sustainable Urban Tourism?*, Department of Business Administration, Faculty of Business and Economics, Eastern Mediterranean University, Goteborg, 2009

F.Ramona, P.G.Carmen, *The relationship between tourism and sustainable development in the european context*, University “Al. I. Cuza” Iasi The Center of European Studies, 2009

McIntyre, Kris, *The big picture: TOURISM & SUSTAINABLE DEVELOPMENT*, International Trade Forum, 2011, 2, ABI/INFORM Complete pg. 6

A.Boggia, C.Cortina, *Un modello per la valutazione della sostenibilità dello sviluppo a livello territoriale*, Dipartimento di Scienze Economico- Estimative e degli Alimenti Università degli Studi di Perugia , Firenze University Press ESTIMUM 52, Giugno 2008, pg 31-52

Mirela Mazilu, *Key Elements of a Model for Sustainable Tourism*, University of Craiova, 2010

R. Smits, *Sustainable Tourism – Destination Development*, HVS International Company, 2003

M.Halme, *Learning for Sustainable Development in Tourism Networks, Business Strategy and the Environment Bus. Strat. Env.* 10, 100–114 (2001) DOI: 10.1002/bse.278

P.S.Angheluță, D.Păduraru, I.Diaconu, *The Relationship between Sustainable Tourism and Sustainable Development in the Context of Environmental Protection*, Managerial Challenges of the Contemporary Society, 2010, vol. 10 no. 1

I.Niedziółka, *Sustainable Tourism Development*, Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy in Jozefow (Poland), 2014

A.V. Gherco, *Tourism Development in the Terms of Sustainable Development in Romania*, Spiru Haret University, Economics, Management, and Financial Markets, 2014, Volume 9(1), pp. 207–212

S.Bell, S.Morse, *Sustainability Indicators Measuring the Immeasurable?*, Earthscan, 2008

E.Aimagambetov, R.Bugubaeva, R. Bespayeva, N.Tashbaev, *Model of sustainable development of tourism industry in Kazakhstan (regional perspective)*, Karaganda Economical University Akademicheskaya, 2017

Assemblea Generale Delle Nazioni Unite, 70/1. *Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*, UN, Distr.: Generale 21 ottobre 2015

European Commission, *Sustainable Tourism for Development Guidebook, Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*, First edition, 2013

Unione Europea, *Il Sistema europeo di indicatori per il turismo, Toolkit ETIS per la gestione sostenibile delle destinazioni*, Marzo 2016

United Nations, *Conference on Environment & Development Rio de Janeiro, Brazil*, 3 to 14 June 1992

Assemblea Generale delle Nazioni Unite, Agenda 21, Capitolo 28, 1992

Assemblea Generale delle Nazioni Unite, *Iniziativa delle Amministrazioni Locali a Supporto di Agenda 21, Traduzione a cura del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio*, 1993

Assemblea Generale delle Nazioni Unite, Québec Declaration on Ecotourism, Québec City, Canada, 2002

Mark Diesendorf, *Models of sustainability and sustainable development*, 2011

World Tourism Organization, *World Ecotourism Summit: Final Report*, Quebec City, Canada, 19-22 May 2002

World Tourism Organization, *World Ecotourism Summit 2002*, Journal of Ecotourism, 1:2-3, 208-210,

T.T. Sreekumar, *Why Do We Need an Alternative Code of Ethics for Tourism?*, 2005

World Tourism Organization, *Compilation of UNWTO Recommendations, 1975–2015*, UNWTO, Madrid

World Tourism Organization, *Climate Change and Tourism, Proceedings of the 1st International Conference on Climate Change and Tourism of Djerba*, Tunisia, 9-11 April 2003

World Tourism Organization, *Djerba Declaration on Tourism and Climate Change*, Tunisia, 2003

Interreg MED Programme 2016 Annual Report, April 2017

Foundation for Environmental Education, *Procedura operative Certificata ISO 9001 – 2008, Assegnazione Bandiera Blu, 2008*

World Tourism Organization, *Codice Mondiale di Etica del Turismo*, Assemblea Generale a Santiago del Cile, 1999

Global Sustainable Tourism Council, *Criteri del Global Sustainable Tourism Council*, versione 1, 2013

Global Sustainable Tourism Council, *Indicatori di isultato raccomandati*, versione 1, 10 dicembre 2013

Global Sustainable Tourism Council, *GSTC Stretegic Plan*, 2018

Global Sustainable Tourism Council, *GSTC Criteri Settore Industry*, versione 3, 21 dicembre 2016

Global Sustainable Tourism Council, *GSTC Hotel Criteria*, versione 3, 21 dicembre 2016

Foundation for Environmental Education, *Bandiera Blu delle Spiagge, questionario 2018*, 2018

Unione Europea, *Programma di Cooperazione Transnazionale Interreg Med 2014-2020*, 2014

Joint Secretariat of the Interreg MED Programme, *MED WITH US!*, Groupe Impremium, Marseille, 2016

Unione Europea, *INTERREG V – B MEDITERRANEAN (MED) COOPERATION PROGRAMME 2014-2020*, 2014

Unione Europea, *INTERREG, Annual Report 2016 Citizens' summary*, 2017

Unione Europea, *Interreg Med Horizontal Projects, Programme Manual*, 2017

Unione Europea, *Interreg Med Modular Projects*, 2017

Unione Europea, *Interreg Med Programme Strategic Framework, Programme Manual*, 2017

Vignoli, *Lezione 2 Sintesi InterMED*, 2016

Synergy, Tourism Certification, *An analysis of Green Globe 21 and other tourism certification programmes*, A report by Synergy for WWF-UK, 2000

A.Spenceley, J.Kohl, S.McArthur, P.Myles, M.Notarianni, D.Paleczny, C.Pickering and G. L. Worboys, *Protected Area Governance and Management*, ANU Press, 2015, chapter VISITOR MANAGEMENT pg 717-750

M.Tabani, *Development, Tourism and Commodification of Cultures in Vanuatu*, ANU Press. 2017, cap. 7, pg 225-260

Industrial Organization, *Journal of Economic Literature*, Vol. 53, No. 3, American Economic Association, 2015, pp. 767-777

B.Bramwell & B.Lane, Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach, *Journal of Sustainable Tourism*, 1993, Pages 1-5

Stefania Bertolini, Serve una logica bottom up, *L'imprenditore Speciale RSI*, 2011
<http://www.csrmanagernetwork.it/files/MEDIA/RASSEGNA-STAMPA/2011/11/LimprenditoreNovembre2011-1.pdf>

R.Casagrandi, S.Rinaldi, *A Theoretical Approach to Tourism Sustainability*, Resilience Alliance Inc., *Conservation Ecology*, Vol. 6, No. 1, 2002

M.del Mar Delgado-Serrano, P.Vanwildemeersch, S.London, Cesar E. Ortiz-Guerrero, R. Escalante Semerena and M.Rojas, *Adapting prospective structural analysis to strengthen sustainable management and capacity building in community-based natural resource management contexts*, *Ecology and Society*, Vol. 21, 2016

D.Lempert, Hue Nhu Nguyen, *Accounting for Threats to Sustainable Development An Indicator for Holding NGOs and International Organizations Accountable to Creating the Context for Sustainable*, *Consilience*, No. 17 (2017), pp. 220-246

K.Ilchenko and A.Lisogor, *Sustainable Development Modeling for Municipalities*, Theoretical and Empirical Researches in Urban Management, Vol. 11, No. 1, 2016, pp. 77-85

S.Gmelch and T.Wallace, *Introduction to Tourism: beyond hosts and guests*, Practicing Anthropology, Vol. 34, No. 3, Tourism: Beyond Hosts and Guests, 2012, pp. 2-4

Y.Xing, B.Dangerfield, *Modelling the sustainability of mass tourism in island tourist economies*, The Journal of the Operational Research Society, Vol. 62, No. 9 (September 2011), pp. 1742-1752

D.Hall and F.Brown, *Finding a Way Forward: An Agenda for Research*, Third World Quarterly, Vol. 29, No. 5, Tourism and Development in the Global South (2008), pp. 1021-1032

G.Bortolussi, R.Dalla Torre, A.Favaretto, C.Ventura, *Per la competitività del turismo nell'Alto Adriatico*, Fondazione Think Tank Nord Est, Edizioni Franco Angeli, 2017

B.Goodall, *The Future for Heritage Tourism*, The Geographical Journal, Vol. 163, No. 2, Environmental Transformations in Developing Countries, 1997, pp. 243-244

E.Cater, *Tools for Sustainable Tourism*, The Geographical Journal, Vol. 160, No. 1 (Mar., 1994), pp. 114-115

SITOGRAFIA

https://www.istat.it/it/files/2017/12/2017_Dec_SDG_08_Italy.pdf

https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden_en

https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/about_en

<https://www.gstcouncil.org/>

<http://centrostudioturisticifirenze.it/blog/2017-anno-mondiale-del-turismo-sostenibile/>

<http://www.unep.fr/shared/publications/cdrom/webx0139xpa/about/wes.htm>

<http://sdt.unwto.org/en/content/international-year-ecotourism-2002>

<https://ecobnb.it/blog/2013/09/turismo-sostenibile/>

<https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainabletourism#>

<https://sustainabledevelopment.un.org/sdg8>

<https://www.linkiesta.it/it/article/2017/06/24/la-battaglia-di-barcellona-contro-il-turismo-e-airbnb/34693/>

<https://ecobnb.it/blog/2017/09/turismo-insostenibile-proteste/>

<https://sustainabledevelopment.un.org/rio20/workingpapers>

https://it.wikipedia.org/wiki/Rapporto_Brundtland

https://it.wikipedia.org/wiki/Conferenza_delle_Nazioni_Unite_sull%27ambiente_umano

https://it.wikipedia.org/wiki/Agenda_21

https://it.wikipedia.org/wiki/Sviluppo_sostenibile#Aalborg_1994,_1%C2%AA_Conferenza_Europea_sulle_Citt%C3%A0_Sostenibili

https://it.wikipedia.org/wiki/Sviluppo_sostenibile#Italia_1993,_Piano_Nazionale_per_lo_Sviluppo_Sostenibile

<http://www.un.org/geninfo/bp/enviro.html>

<http://www.rinnovabili.it/ambiente/scioglimento-ghiacci-turisti-trivelle-333/>

<http://www.minambiente.it/pagina/lagenda-21>

<http://www.minambiente.it/pagina/conferenza-rio20-una-sfida-importante>

<https://www.bafu.admin.ch/bafu/it/home/temi/affari-internazionali/temi-e-convenzioni/rio-20--conferenza-dellonu-sullo-sviluppo-sostenibile-2012.html>

<http://www.minambiente.it/pagina/lagenda-2030-lo-sviluppo-sostenibile>

<http://www.wame2015.org/news/35/summit-delle-nazioni-unite-sullo-sviluppo-sostenibile-2015-25-27-settembre?lang=it>

<http://sdt.unwto.org/event/1st-conference-climate-change-and-tourism>

<http://www.viewsontourism.info/2009/new-unwto-roadmap-for-recovery-for-tourism-and-travel-%E2%80%93-call-to-world-leaders-to-include-sector-in-economic-stimulus-actions/>

<https://www.responsibletourisminstitute.com/en/tourism-sustainability-/32>

<https://www.independent.co.uk/travel/europe/barcelona-travel-what-not-to-do-rules-laws-tourists-protests-overtourism-visitors-a8329086.html>

<https://www.news.com.au/travel/world-travel/europe/tourists-need-to-get-their-act-together/news-story/1ff603855278b0633b9d38ca136134c3>

<https://www.government.nl/ministries/ministry-of-foreign-affairs/contact/rules-for-visitors>

http://www.repubblica.it/rclub/mete-sapori/2017/10/27/news/viaggi_sostenibili_quei_turisti_con_la_coscienza_a_posto-179498413/

<https://ecobnb.it/blog/2017/12/turismo-sostenibile-cosa-e/>

<https://www.treedom.net/it/blog/post/turismo-sostenibile-quali-sono-le-mete-piu-ambite-del-2017-1943>

<https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

<https://sustainabledevelopment.un.org/rio20/futurewewant>

<http://www.sids2014.org/>

<https://sustainabledevelopment.un.org/rio20.html>

<https://www.touringclub.it/news/il-turismo-mondiale-cresce-nel-2017-grazie-alleuropa>

<https://www.digitalic.it/internet/social-network/statistiche-social-network-2018>

https://www.wired.it/internet/social-network/2015/05/15/marketing-social-network/?refresh_ce=

https://www.theguardian.com/cities/2018/sep/13/occupy-venice-alternative-to-death-of-city-activists-tourism?CMP=share_btn_fb

<https://sustainabledevelopment.un.org/topics/greeneconomy>

http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en

<https://edu.biospheretourism.com/mod/resource/view.php?id=477>

<https://edu.biospheretourism.com/course/view.php?id=12>

<http://www.responsibletourismstitute.com/en/tourism-sustainability-/32>

<http://www.comune.venezia.it/it/content/detourism-itinerari-sostenibili>

<http://www.comune.venezia.it/it/content/sanzioni-comportamenti>

<http://www.comune.venezia.it/it/enjoy-respect-venezia-calendario?>

<http://www.comune.venezia.it/it/content/buone-pratiche>

<http://www.comune.venezia.it/it/content/misure-straordinarie-la-gestione-flussi-turistici-venezia-estate-2018>

http://www.repubblica.it/rclub/metesapori/2017/10/27/news/viaggi_sostenibili_quei_turisti_con_la_coscienza_a_posto-179498413/

<https://ecobnb.it/blog/2017/12/turismo-sostenibile-cosa-e/>

<https://www.ispionline.it/it/informarsi-per-il-mondo/le-10-regole-del-turista-responsabile>

<http://www.lastampa.it/2018/04/28/societa/a-venezia-arrivano-i-tornelli-contro-linvasione-dei-turisti-il-blocco-parte-il-primo-maggio-x7Dyk3FKijTcKPSzW5Ck3H/pagina.html>

<http://www.veneziatoday.it/attualita/tornelli-venezia-turismo-appello-italia-nostra.html>

<https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-human-settlements-programme/>

<https://www.gstcouncil.org/become-a-gstc-member/organizational-membership/org-member-app/>

<https://interreg-med.eu/>

AGGIUNGERE LEZIONE 2 VIGNOLI

<https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-training/gstc-trainers/>

<https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-training/>

<https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-training/certificate-in-sustainable-tourism/>

<https://www.gstcouncil.org/green-destinations-is-now-gstc-accredited/>

<https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Strategic-Plan-2018.pdf>

<https://www.bookdifferent.com/en/>

<http://www.veneziatoday.it/cronaca/barcellona-contro-turisti-venezia.html>

<http://www.ilgiornale.it/news/mondo/barcellona-contro-i-turisti-non-vi-vogliamo-pi-1149241.html>

<http://www.veneziatoday.it/cronaca/barcellona-contro-turisti-venezia.html>

<http://www.ilgiornale.it/news/mondo/barcellona-contro-i-turisti-non-vi-vogliamo-pi-1149241.html>

<https://www.gruppovertas.it/servizio-idrico-integrato/qualita-dell-acqua.html>

<https://www.mabbly.com/guerrilla-marketing-netflix-is-not-a-joke/>

<https://www.beaconstac.com/>

https://accent-systems.com/beacons/?gclid=EAIaIQobChMIwea63KO13QIVb5PtCh2zMQMhEAAAYASAAEgLGE_D_BwE

<https://blog.beaconstac.com/2018/05/bluetooth-marketing-in-2018-and-its-impact-on-beacons/>

https://www.wired.it/internet/social-network/2015/05/15/marketing-social-network/?refresh_ce=

<https://www.outboundengine.com/blog/10-lessons-insurance-agents-can-learn-ubers-marketing-strategy/>

<https://greenglobe.com/>

<https://greenglobe.com/how/>

<https://greenglobe.com/training-course/#b-social-and-economic>

<https://greenglobe.com/green-globe-certification/>

<https://greenglobe.com/certification-levels/>

<https://greenglobe.com/standard/>

<http://www.eldis.org/document/A10691>

Tourism Certification An analysis of Green Globe 21 and other tourism certification programmes, A report by Synergy for WWF-UK August 2000