

PROGETTO DI RICERCA
SULLE PRATICHE DI
**RESPONSABILITÀ
SOCIALE DELLE
IMPRESE**
E SUI COMPORTAMENTI
DEI CONSUMATORI





CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

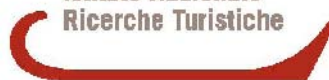
**PROGETTO DI RICERCA SULLE PRATICHE DI RESPONSABILITÀ
SOCIALE DELLE IMPRESE E SUI COMPORTAMENTI DEI CONSUMATORI**



A cura di



**Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche**



Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Versione:	2.0
Quadro dell'opera:	■

Sommario

Premessa	4
LE PRATICHE DI CSR: IL PUNTO DI VISTA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE	6
1. I comportamenti di scelta dei consumatori sulle tematiche della responsabilità sociale delle imprese	6
2. Le imprese turistiche e le tematiche della CSR.....	16
MANUALE PER L'AVVICINAMENTO DELLE IMPRESE ALLE PRATICHE DI CSR	22
1. Il personale. La formazione e la consapevolezza del proprio ruolo.....	23
2. L'ospite come cartina di tornasole per l'impresa	26
3. Il territorio e la sua identità: l'ambiente in cui operano le imprese.....	28
3.1 Le PMI turistiche: modalità di gestione orientate alla sostenibilità ambientale.....	32
3.1.1 Isnat e il marchio Ecolabel Europeo	47

Premessa

La forte competitività dei mercati di offerta, oggi sempre più veicolata in maniera esponenziale dal web e conseguentemente dall'accessibilità da parte dei consumatori di offerte e imprese di qualsiasi luogo del mondo, rende necessario per il sistema imprenditoriale italiano un rafforzamento del posizionamento che garantisca stabilità sul mercato.

Ecco allora che l'impresa economica italiana deve orientarsi verso strategie di lungo periodo, che garantiscano robustezza all'azienda, e che risiedono, in un termine, nel rafforzare la pratica di azioni di responsabilità sociale.

Tali pratiche sono di diversa natura, da quelle che coinvolgono l'azienda dal suo interno (dalle azioni verso i dipendenti a quelle verso gli azionisti) a quelle rivolte all'esterno (dai clienti, ai fornitori, alla comunità locale fino ad estendersi all'ambiente).

Come emerge dai risultati dell'indagine realizzata da Unioncamere su "Il grado di integrazione tra gli ambiti di intervento e il possibile impatto sulla competitività aziendale", sono proprio le azioni verso la comunità e l'ambiente le pratiche che caratterizzano le strategie delle imprese, sebbene ad oggi tali virtù riguardino solo rispettivamente il 54,8% ed appena il 22,2% delle imprese (si tratta spesso di piccole e piccolissime imprese il cui approccio ai diversi ambiti di intervento è spesso anche integrato).

Ad una insufficiente diffusione di tali azioni presso le imprese, inoltre, si accompagna troppo spesso l'errata convinzione che la pratica di azioni di CSR preveda necessariamente costi elevati (lo pensa il 49,3% delle imprese), mentre un approccio graduale alle pratiche di CSR può avvenire sulla scia di best practice che non contemplano investimenti iniziali di rilievo.

Infine, oggi è sempre più diffusa la convinzione da parte della popolazione che l'impresa svolga dei compiti sociali oltre che economici, ed il 63,8% degli italiani ritiene che le imprese debbano contribuire alla soluzione dei problemi della società, testimoniando tale impegno nei bilanci sociali (36,3%), ambientali (23,3%) e soprattutto tramite le certificazioni di qualità (49%).

Si rende pertanto forte l'esigenza di comprendere le pratiche di CSR da parte delle imprese ed il livello di attenzione da parte dei consumatori che ne guida le scelte.

L'attenzione specifica ai temi della CSR in merito alle imprese del settore turistico nasce da numerose motivazioni:

- la trasversalità del settore, che comprende al suo interno imprese anche molto diverse tra loro: strutture ricettive, ristorative, di trasporto, dell'organizzazione e intermediazione delle vacanze, servizi specifici sportivi, di intrattenimento, termali, congressuali, culturali, ecc.;
- l'integrazione della filiera turistica con le altre filiere economiche del territorio: agroalimentare, manifatturiera, commerciale, ecc.;
- l'importanza economica del settore, con un effetto moltiplicatore dei consumi nei servizi alloggiativi che è pari a circa 0,5 per le spese in pubblici esercizi (diversi dagli alloggi) ed a 1,8 per le spese negli altri settori non prettamente turistici (commercio, manifattura, agroalimentare, ecc.). Aggiungendo l'ammontare di consumi dovuti alle presenze in abitazioni private (secondo case, alloggi in affitto, ospiti di amici e parenti) si stima che per ogni euro speso nella ricettività se ne contano altri 3 in tutti gli altri settori economici;
- la necessità delle imprese turistiche di affrontare prima di altri comparti le esigenze di CSR (vi si dichiara attenta il 96,5% tra alberghi e ristoranti), sia per la naturale vocazione di mercati internazionali fortemente attivi e sensibili alle offerte turistiche ecosostenibili (Europa del nord), così come per la altrettanto naturale vocazione delle imprese turistiche al preservare le bellezze naturalistiche e le caratteristiche sociali in cui è inserita e di cui beneficia, comunicando al cliente/turista l'identità del territorio in cui opera, ambiente che ne è spesso motivo di attrazione;
- il concreto impegno da parte delle imprese turistiche a qualificare ulteriormente l'assunzione di buone pratiche di CSR e conseguentemente di corretta gestione ambientale utilizzando certificazioni riconosciute a livello europeo e internazionale che già hanno maturato una esperienza nel settore, come quella Ecolabel Europeo.

E', dunque, alla luce di queste esigenze che il presente progetto ha condotto due linee di ricerca mirate: la prima presso le imprese di settore sull'attenzione e le pratiche di sostenibilità ambientale, sociale, e di tutela del territorio, del personale e della clientela, attraverso la somministrazione di un questionario ad hoc ad un campione di 500 imprese turistiche rappresentativo dell'universo; la seconda presso la popolazione per la verifica della consapevolezza e dei comportamenti di scelta della clientela sulle tematiche della responsabilità sociale delle imprese, attraverso la somministrazione di un questionario ad hoc ad un campione di 5.000 individui residenti in Italia rappresentativo dell'universo della popolazione.

Infine, proprio per rispondere alla necessità di disseminare la cultura della CSR presso l'offerta del comparto, si fornisce un manuale mirato sulle tematiche della sostenibilità, con particolare attenzione a quella ambientale, quale strumento operativo di diffusione delle buone pratiche.

LE PRATICHE DI CSR: IL PUNTO DI VISTA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE

1. I comportamenti di scelta dei consumatori sulle tematiche della responsabilità sociale delle imprese

Il mondo dei consumatori e dei cittadini è fortemente mutato nell'ultimo ventennio, sia a causa della sempre maggiore diffusione e varietà dei mezzi di comunicazione e di informazione sui diritti del cittadino e dei consumatori, sia grazie al rafforzarsi delle azioni da parte delle associazioni dei consumatori che sono ormai a tutti gli effetti protagonisti delle scelte strategiche e di orientamento da parte delle imprese e delle istituzioni.

Così se fino agli anni '80 le imprese dettavano le tendenze del mercato ed il ruolo del cliente era prevalentemente quello di orientare le caratteristiche del prodotto finale, oggi il sistema delle imprese non può più prescindere dal rapporto più o meno dialettico con i consumatori e con i loro rappresentanti anche nei processi produttivi che sono a monte della produzione, dalla qualità e sicurezza delle materie prime, al rispetto e legalità dei luoghi, degli impianti e delle risorse umane attraverso cui tali prodotti vengono creati. Un processo di consapevolezza che si esprime a tutti gli effetti in qualsiasi atto di consumo.

Relativamente all'attenzione dei consumatori in merito ai diversi asset della CSR, la popolazione italiana esprime quindi con chiarezza una scala di valori che vede tra i più importanti l'attenzione che l'impresa deve dare al cliente (37,7%), rafforzando così, in primo luogo, il ruolo di "consumatore cosciente" che ciascuno esercita negli atti di acquisto. Tale valore appare, quindi, particolarmente innovativo se ci si confronta con un diffuso atteggiamento del passato in cui il cliente mostrava timore anche solo nelle richieste che poneva all'impresa, e ancor più nelle eventuali azioni di reclamo o richiesta di soluzioni rispetto ai disservizi.

Con una certa distanza di valore ma con una valenza identica, il consumatore moderno guarda intorno a sé, ritenendo importanti l'attenzione alle persone più svantaggiate (23,6%) ed all'ambiente (23,6%), per arrivare così al concetto più ampio di attenzione al territorio (10,4% della popolazione).

Infine, seppur sempre al quinto posto, è presente l'attenzione al personale dell'impresa (4,7%), valore sul quale la popolazione sembra meno sensibile, forse però anche a causa dell'immagine del nostro Paese

che meno di altri viene considerato una economia che sfrutta le risorse umane (si pensi allo stereotipo, purtroppo comprovato, della Cina).

Analizzando le scelte dei consumatori in merito ai comportamenti di CSR riguardo la fruizione dei servizi turistici, la popolazione italiana si dimostra piuttosto soddisfatta dai requisiti della vacanza che riguardano la pratica delle azioni di CSR, con il 94,7% di individui che hanno visto soddisfatte le proprie aspettative.

Entrando però nel merito delle specifiche caratteristiche di offerta legate a queste tematiche, tale soddisfazione assume valenze con profondità diverse.

Riguardo alla struttura ricettiva in cui hanno alloggiato nell'ultimo periodo di vacanza, l'83,1% degli italiani si è sentito sicuro. In dettaglio, gli elementi che hanno fatto sentire "sicuri" gli italiani sono stati:

- la pulizia degli ambienti esterni (87,4% della popolazione);
- la presenza di un'atmosfera piacevole tra struttura/dipendenti/clienti (85,7%);
- la capacità di *problem solving* del personale nel porre rimedio a piccole problematiche (79,2%);
- l'attenzione particolare al cliente e la richiesta di feed-back tramite il contatto personale (66,4%);
- la capacità dell'impresa di promuovere il territorio (60,7%);
- le misure adottate dall'impresa nella raccolta differenziata dei rifiuti, nel risparmio idrico ed energetico e l'aver ottenuto certificazioni ambientali (56,7%);
- l'agibilità della struttura per i disabili anche con soluzioni ulteriori rispetto a quelle richieste per legge (50,9%).

Alcuni spunti di merito si rilevano dalla minore o maggiore soddisfazione per questi aspetti da parte della clientela distinta per classi di età:

- i giovanissimi fino a 24 anni sono i meno soddisfatti della pulizia degli ambienti esterni, sia perché ne usufruiscono di più, sia per una maggiore coscienza e attenzione alla tutela ambientale;
- i giovani tra i 25 ed i 34 anni sono quelli che si ritengono meno soddisfatti riguardo l'attenzione al cliente e al clima tra struttura/dipendenti/clienti;
- i senior di oltre 65 anni, che spesso necessitano di maggiori attenzioni dedicate, sono i meno soddisfatti sia della capacità di *problem solving* del personale sia dell'agibilità della struttura per i disabili e delle facilitazioni presenti.

Infine, un'osservazione più critica su questi aspetti giunge da parte dei single con figli, che risultano più esigenti e un po' meno soddisfatti praticamente verso tutti gli aspetti esaminati.

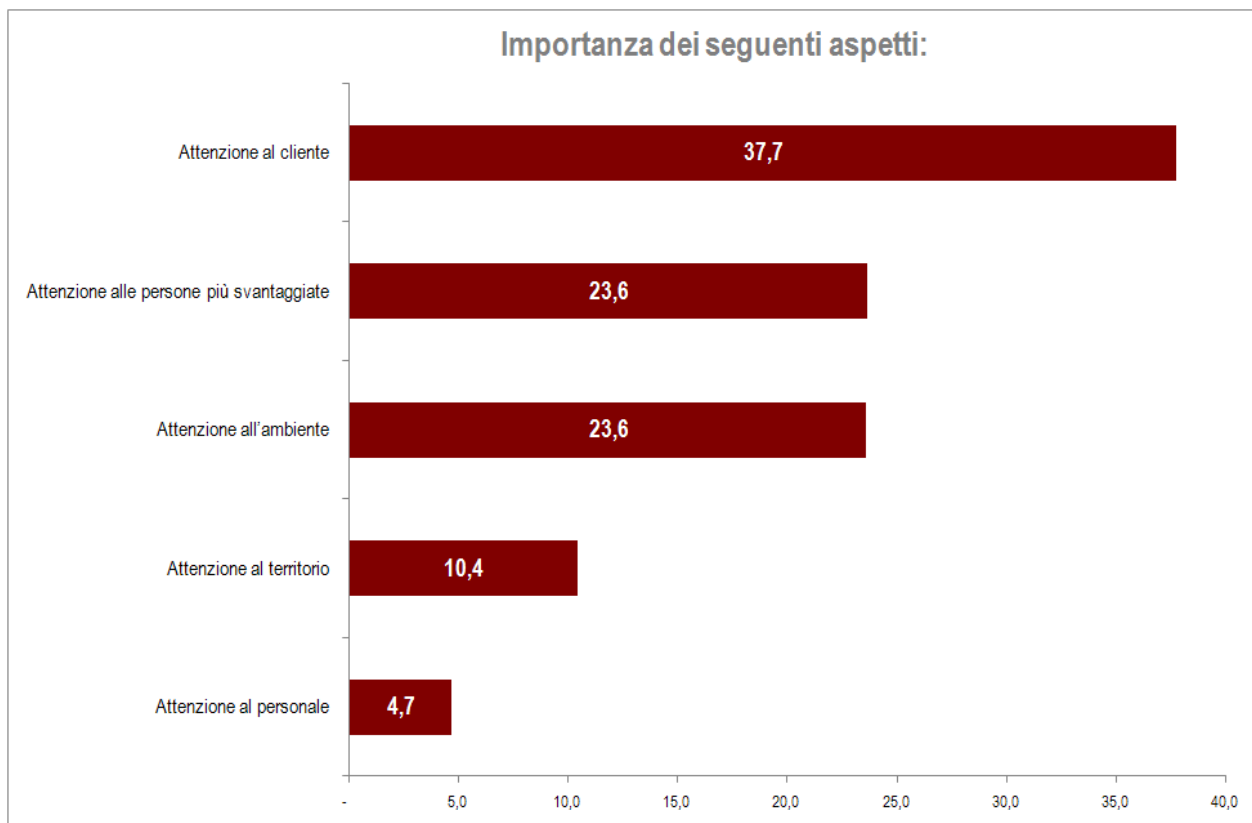
Analizzando queste informazioni sui comportamenti della popolazione italiana, focalizzando su coloro che avevano appena effettuato un periodo di vacanza (il mese di riferimento del soggiorno è quello di ottobre 2010) risulta evidente come per alcuni asset, sebbene senza grandi scostamenti percentuali, la soddisfazione sia maggiore: la pulizia degli ambienti esterni, la capacità di problem solving del personale e l'agibilità della struttura per i disabili. Al contrario, invece, i turisti appena rientrati dalla vacanza risultano un po' meno soddisfatti delle misure di sostenibilità ambientale adottate dall'impresa, dell'attenzione alla soddisfazione del cliente, dell'equilibrio tra i fattori struttura/dipendenti/clienti e della capacità dell'impresa di promuovere il territorio.

Su questi fattori, certamente, incide la chiarezza del ricordo sull'esperienza di vacanza che rende più "critica" la valutazione.

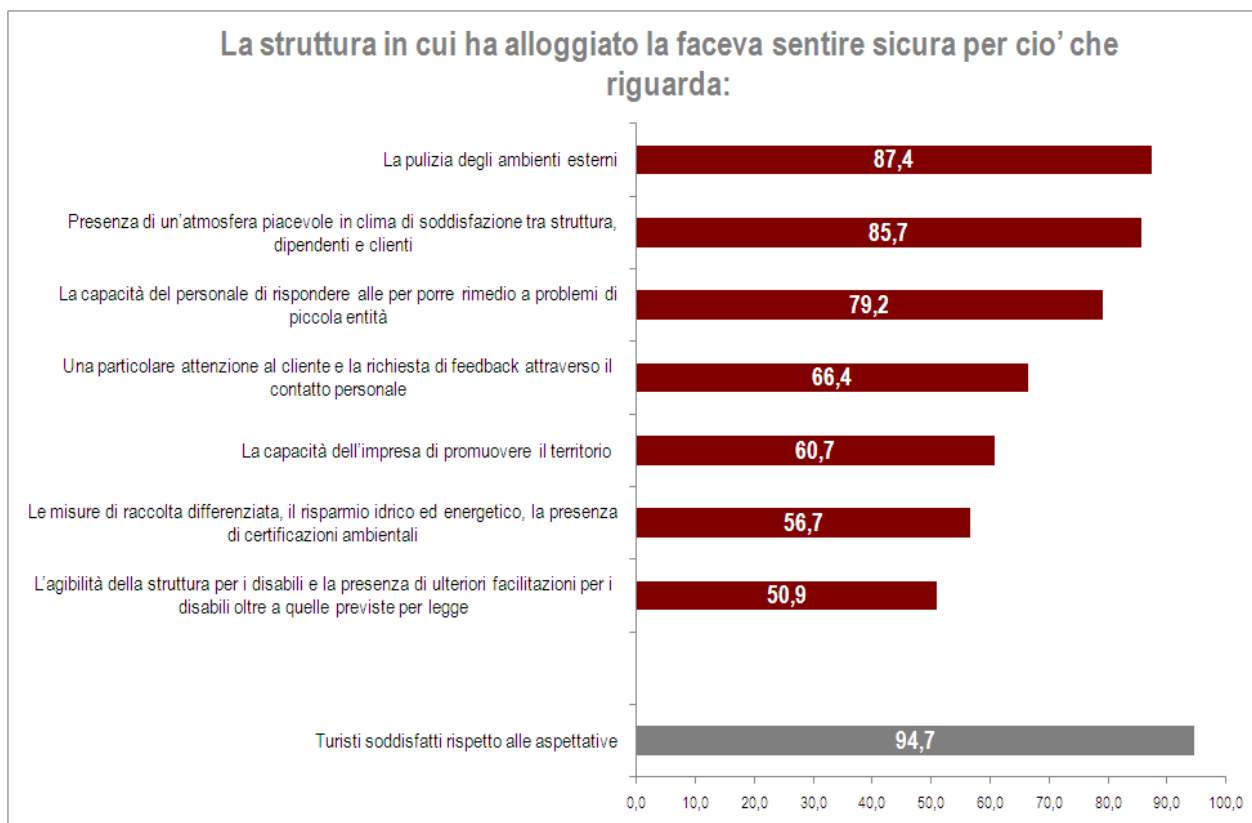
Al di là di questi piccoli scostamenti -numerici ma non di tendenza- tra i risultati della popolazione e i risultati dei turisti "freschi" di vacanza, è emerso che dettagliando ulteriormente i dati rispetto alla tipologia di alloggio utilizzato per la vacanza, sono rilevabili delle differenze da parte degli alberghi o delle strutture extralberghiere nella capacità di dare soddisfazione riguardo gli aspetti analizzati.

In particolare le imprese ricettive alberghiere risultano maggiormente capaci di soddisfare la propria clientela anche grazie ad una maggiore articolazione della struttura, sia in termini gestionali che di risorse umane specializzate per ambiti.

Occorre, però, sottolineare come sulla tematica della raccolta differenziata dei rifiuti e del risparmio idrico ed energetico, ossia sull'attenzione all'ambiente, le imprese extralberghiere riescono a soddisfare in misura maggiore la clientela rispetto agli hotel. Questi ultimi, infatti, spesso hanno vincoli strutturali più forti (perché più frequentemente situati in dimore storiche soggette a vincoli architettonici) e si trovano più frequentemente nella dicotomia tra direzione e proprietà, con minor autonomia decisionale rispetto alle strutture ricettive extralberghiere, solitamente più piccole, meno vincolate e di proprietà diretta di chi le gestisce.



Fonte: Unioncamere-Isnart



Fonte: Unioncamere-Isnart

Importanza dei seguenti aspetti:

Sesso	Maschio	Femmina	Totale
Attenzione all'ambiente	22,3	24,8	23,6
Attenzione alle persone più svantaggiate	22,5	24,6	23,6
Attenzione al personale	5,3	4,1	4,7
Attenzione al cliente	38,0	37,4	37,7
Attenzione al territorio	11,8	9,1	10,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

Importanza dei seguenti aspetti:

Età	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45 -54 anni	55-64 anni	65 ed oltre	Totale
Attenzione all'ambiente	27,5	22,7	24,8	20,8	22,5	23,8	23,6
Attenzione alle persone più svantaggiate	19,8	22,9	23,1	24,3	25,8	24,7	23,6
Attenzione al personale	3,6	5,1	5,1	2,8	3,9	6,2	4,7
Attenzione al cliente	38,3	39,6	38,1	41,9	36,8	33,4	37,7
Attenzione al territorio	10,7	9,6	8,8	10,2	11,0	11,9	10,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

Importanza dei seguenti aspetti:

Stato civile	Single con figli	Single senza figli	Coppia con figli	Coppia senza figli	Totale
Attenzione all'ambiente	23,7	24,6	23,8	20,0	23,6
Attenzione alle persone più svantaggiate	23,0	21,4	24,7	24,2	23,6
Attenzione al personale	7,1	4,7	4,6	3,5	4,7
Attenzione al cliente	36,1	38,7	36,4	42,7	37,7
Attenzione al territorio	10,1	10,6	10,5	9,6	10,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

Importanza dei seguenti aspetti:

Titolo di studio	Nessuno/elementare	Media Inferiore	Media superiore	Università/Laurea	Totale
Attenzione all'ambiente	26,4	22,8	23,9	22,7	23,6
Attenzione alle persone più svantaggiate	27,4	25,5	23,6	21,0	23,6
Attenzione al personale	7,8	5,0	4,0	4,7	4,7
Attenzione al cliente	24,9	34,2	39,0	41,9	37,7
Attenzione al territorio	13,6	12,5	9,5	9,6	10,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

La struttura in cui ha alloggiato la faceva sentire sicura per ciò che riguarda:

La pulizia degli ambienti esterni

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 ed oltre	Totale
Sì	85,5	86,4	87,9	88,5	88,2	87,5	87,4
No	8,4	6,6	5,6	6,7	6,6	4,8	6,2
Non sa	6,1	7,0	6,5	4,8	5,2	7,7	6,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Le misure di raccolta differenziata, il risparmio idrico ed energetico, la presenza di certificazioni ambientali

Sì	58,0	55,5	58,2	55,7	54,5	57,8	56,7
No	23,8	21,7	21,3	19,6	18,4	18,1	20,3
Non sa	18,2	22,8	20,5	24,7	27,1	24,1	23,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La capacità del personale di rispondere alle per porre rimedio a problemi di piccola entità

Sì	81,0	78,0	80,8	80,4	78,3	77,3	79,2
No	10,6	11,1	11,9	11,8	12,3	12,6	11,8
Non sa	8,4	10,9	7,3	7,9	9,4	10,1	9,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Una particolare attenzione al cliente e la richiesta di feedback sia attraverso il contatto personale

Sì	66,1	64,5	65,4	68,2	66,6	67,2	66,4
No	24,0	25,3	22,5	20,1	20,8	20,7	22,1
Non sa	9,8	10,3	12,1	11,6	12,6	12,1	11,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Presenza di un'atmosfera piacevole in clima di soddisfazione tra struttura, dipendenti e clienti

Sì	86,7	83,6	87,3	87,8	85,6	84,1	85,7
No	6,6	8,7	5,8	5,8	6,4	6,5	6,6
Non sa	6,8	7,8	6,9	6,3	8,0	9,4	7,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

L'agibilità della struttura per i disabili e la presenza di ulteriori facilitazioni per i disabili oltre a quelle previste per legge

Sì	49,6	53,0	52,1	52,0	54,2	46,2	50,9
No	29,1	25,4	25,5	20,7	22,4	24,2	24,4
Non sa	21,3	21,5	22,4	27,3	23,4	29,6	24,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La capacità dell'impresa di promuovere il territorio

Sì	60,1	61,9	65,2	65,0	55,3	56,9	60,7
No	24,1	21,7	19,2	20,7	22,6	22,0	21,6
Non sa	15,8	16,4	15,6	14,3	22,1	21,1	17,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

La struttura in cui ha alloggiato la faceva sentire sicura per ciò che riguarda:

La pulizia degli ambienti esterni

	Single con figli	Single senza figli	Coppia con figli	Coppia senza figli	Totale
Sì	85,4	84,9	88,3	90,6	87,4
No	6,6	7,9	5,9	3,4	6,2
Non sa	8,0	7,2	5,8	5,9	6,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Le misure di raccolta differenziata, il risparmio idrico ed energetico, la presenza di certificazioni ambientali

Sì	57,5	55,4	57,4	55,8	56,7
No	18,4	23,7	19,4	17,5	20,3
Non sa	24,1	20,9	23,2	26,7	23,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La capacità del personale di rispondere alle per porre rimedio a problemi di piccola entità

Sì	80,1	78,7	78,4	83,4	79,2
No	10,1	10,4	13,2	9,4	11,8
Non sa	9,9	10,9	8,4	7,2	9,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Una particolare attenzione al cliente e la richiesta di feedback sia attraverso il contatto personale

Sì	58,9	63,0	68,8	67,6	66,4
No	24,4	24,7	20,4	22,8	22,1
Non sa	16,7	12,3	10,8	9,5	11,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Presenza di un'atmosfera piacevole in clima di soddisfazione tra struttura, dipendenti e clienti

Sì	81,6	82,9	86,9	89,3	85,7
No	10,6	8,3	5,7	4,4	6,6
Non sa	7,8	8,8	7,4	6,2	7,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

L'agibilità della struttura per i disabili e la presenza di ulteriori facilitazioni per i disabili oltre a quelle previste per legge

Sì	48,6	49,0	52,1	50,8	50,9
No	28,9	27,9	21,7	26,7	24,4
Non sa	22,5	23,1	26,1	22,5	24,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La capacità dell'impresa di promuovere il territorio

Sì	54,6	60,0	61,3	63,8	60,7
No	24,5	22,5	20,6	22,3	21,6
Non sa	20,8	17,5	18,1	13,9	17,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

L'attenzione all'ambiente, alle esigenze di tutte le categorie di clientela e alla gestione del personale l'hanno aiutata complessivamente a farla sentire più sicura

	Maschio	Femmina	Totale
Si	83,3	83,0	83,1
No	11,5	11,8	11,6
Non sa	5,2	5,2	5,2
Totale	100,0	100,0	100,0

Ha scelto questa struttura perché rispondeva a determinati criteri?

	Maschio	Femmina	Totale
Si	69,0	72,6	70,9
No	23,9	21,0	22,4
Non usufruisco mai di una struttura ricettiva	7,1	6,4	6,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Ritiene che le sue aspettative siano state soddisfatte?

	Maschio	Femmina	Totale
Si	95,2	94,3	94,7
No	4,8	5,7	5,3
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

L'attenzione all'ambiente, alle esigenze di tutte le categorie di clientela e alla gestione del personale l'hanno aiutata complessivamente a farla sentire più sicura

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45 -54 anni	55-64 anni	65 ed oltre	Totale
Si	82,7	82,3	81,8	84,0	84,6	83,6	83,1
No	13,6	11,8	11,9	12,2	9,3	11,3	11,6
Non sa	3,7	5,9	6,3	3,8	6,2	5,1	5,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ha scelto questa struttura perché rispondeva a determinati criteri?

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45 -54 anni	55-64 anni	65 ed oltre	Totale
Si	67,0	73,6	75,4	72,7	70,3	66,5	70,9
No	26,7	21,0	18,7	20,6	22,7	25,1	22,4
Non usufruisco mai di una struttura ricettiva	6,3	5,4	5,9	6,7	7,0	8,4	6,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ritiene che le sue aspettative siano state soddisfatte?

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45 -54 anni	55-64 anni	65 ed oltre	Totale
Si	95,7	95,5	93,6	94,7	92,4	96,0	94,7
No	4,3	4,5	6,4	5,3	7,6	4,0	5,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

L'attenzione all'ambiente, alle esigenze di tutte le categorie di clientela e alla gestione del personale l'hanno aiutata complessivamente a farla sentire più sicura

	Single con figli	Single senza figli	Coppia con figli	Coppia senza figli	Totale
Si	79,4	82,5	83,8	83,8	83,1
No	13,8	13,0	10,9	10,4	11,6
Non sa	6,8	4,6	5,2	5,8	5,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ha scelto questa struttura perché rispondeva a determinati criteri?

	Single con figli	Single senza figli	Coppia con figli	Coppia senza figli	Totale
Si	67,3	68,0	72,3	73,6	70,9
No	26,3	25,1	21,0	19,8	22,4
Non usufruisco mai di una struttura ricettiva	6,3	6,9	6,7	6,6	6,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ritiene che le sue aspettative siano state soddisfatte?

	Single con figli	Single senza figli	Coppia con figli	Coppia senza figli	Totale
Si	92,6	94,8	94,6	96,1	94,7
No	7,4	5,2	5,4	3,9	5,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

L'attenzione all'ambiente, alle esigenze di tutte le categorie di clientela e alla gestione del personale l'hanno aiutata complessivamente a farla sentire più sicura

	Nessuno/elementare	Media Inferiore	Media superiore	Università/Laurea	Totale
Si	85,7	85,6	82,8	81,2	83,1
No	11,1	10,6	11,5	12,8	11,6
Non sa	3,2	3,8	5,7	6,0	5,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ha scelto questa struttura perché rispondeva a determinati criteri?

	Nessuno/elementare	Media Inferiore	Media superiore	Università/Laurea	Totale
Si	62,8	68,2	71,4	74,7	70,9
No	27,5	23,3	22,1	20,5	22,4
Non usufruisco mai di una struttura ricettiva	9,7	8,5	6,5	4,8	6,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ritiene che le sue aspettative siano state soddisfatte?

	Nessuno/elementare	Media Inferiore	Media superiore	Università/Laurea	Totale
Si	95,9	95,9	94,3	94,2	94,7
No	4,1	4,1	5,7	5,8	5,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Unioncamere-Isnart

La responsabilità sociale nell'ultima vacanza (%)

La pulizia degli ambienti esterni	88,8
Le misure di raccolta differenziata, il risparmio idrico ed energetico, la presenza di certificazioni ambientali	55,4
La capacità del personale di rispondere alle per porre rimedio a problemi di piccola entità	79,8
Una particolare attenzione al cliente e la richiesta di feedback sia attraverso il contatto personale	62,9
Presenza di un'atmosfera piacevole in clima di soddisfazione tra struttura, dipendenti e clienti	83,5
L'agibilità della struttura per i disabili e la presenza di ulteriori facilitazioni per i disabili oltre a quelle previste per legge	51,7
La capacità dell'impresa di promuovere il territorio	59,5

Fonte: Unioncamere-Isnart

La responsabilità sociale nell'ultima vacanza: tipologia di alloggio

	Alberghiero	Extralberghiero
La pulizia degli ambienti esterni	93,7	84,5
Le misure di raccolta differenziata, il risparmio idrico ed energetico, la presenza di certificazioni ambientali	53,6	61,4
La capacità del personale di rispondere alle per porre rimedio a problemi di piccola entità	87,9	76,4
Una particolare attenzione al cliente e la richiesta di feedback sia attraverso il contatto personale	67,3	58,2
Presenza di un'atmosfera piacevole in clima di soddisfazione tra struttura, dipendenti e clienti	90,0	78,8
L'agibilità della struttura per i disabili e la presenza di ulteriori facilitazioni per i disabili oltre a quelle previste per legge	58,3	48,0
La capacità dell'impresa di promuovere il territorio	59,7	62,1

Fonte: Unioncamere-Isnart

2. Le imprese turistiche e le tematiche della CSR

L'analisi del posizionamento delle imprese sui temi della CSR mostra una chiarissima tendenza, che individua nettamente due fattori coesistenti nell'approccio delle imprese:

- il primo evidenzia la diffusa consapevolezza da parte delle imprese che tutti i temi della CSR sono importanti per la loro attività e che l'attenzione a questa tematica è necessaria;
- il secondo, però, manifesta un'effettiva distanza tra questa consapevolezza e l'operatività, un gap tra questa percezione e la reale esperienza dell'impresa, mancando, cioè, il tradursi in pratiche di responsabilità sociale d'impresa. Un gap che si manifesta in tutti gli ambiti di CSR indagati.

Complessivamente, infatti, il 96,5% delle imprese turistiche dichiara di essere un'impresa attenta all'ambiente, al sociale, al territorio, al proprio personale ed alla clientela.

Anche scindendo le azioni di CSR nei suoi diversi aspetti, la percezione di orientamento alle pratiche di CSR resta elevata, tanto che:

- il 98,9% si definisce attenta alla qualità dei prodotti;
- il 97,6% dichiara attenzioni particolari verso il cliente;
- il 94% ritiene di valorizzare i prodotti del territorio;
- il 92,4% valorizza il personale impiegato;
- l'84% delle imprese ritiene di avere un approccio ecocompatibile.

Quando, però, ci si addentra nella specifica delle azioni adottate, il livello del coinvolgimento appare meno profondo.

L'attenzione alla qualità dei prodotti

La pratica più diffusa relativamente a questa specifica tematica riguarda l'87,2% delle imprese che dichiara di scegliere gli ingredienti in base alla stagionalità. Il 63,4% informa i clienti sulla tracciabilità dei prodotti, il 57,8% sceglie i propri fornitori sulla base del loro comportamento ambientale e sociale, il 56,7% adotta

metodi di controllo sulla filiera delle materie prime, il 53,7% utilizza prodotti biologici. Solo il 31,6% delle imprese dichiara di utilizzare prodotti delle cooperative sociali ed il 18,8% del commercio equo e solidale.

L'attenzione al cliente

Il 92,6% delle imprese turistiche dichiara di prestare attenzione al rapporto prezzo/qualità, come base di un orientamento all'attenzione per la clientela. Pratiche più concrete sono adottate dal 76% delle imprese che prevede misure a favore dei disabili/persona con esigenze particolari, come il 69,7% che predispone menù dietetici per chi è affetto da patologie legate all'alimentazione. Il 73,2% delle imprese, inoltre, presta particolare attenzione alle esigenze dei bambini. Infine, in tema di informazione al cliente, il 53% sensibilizza la clientela in merito alle tematiche della riduzione dell'impatto ambientale, il 26% informa sui nutrizionali dei menu adottati, il 22,7% diffonde presso la propria clientela comunicazione sull'impegno sociale dell'impresa.

La valorizzazione dei prodotti del territorio

L'utilizzo dei prodotti locali spazia dal territorio circostante alle produzioni italiane. Più in particolare, l'81,8% utilizza prodotti (genericamente) italiani, l'87,2% prodotti tipici locali, il 45,9% prodotti a km 0. La scelta di produzioni certificate (DOC, DOP ecc.) riguarda l'84,4% delle imprese. Anche in termini di sostegno alla promozione il 40,5% organizza degustazioni e presentazioni dei prodotti tipici, ed il 38,7% partecipa a iniziative locali come fiere e sagre.

L'attenzione al personale

La valorizzazione del personale delle imprese si esprime nei ristoranti soprattutto nella preparazione adeguata ad illustrare i menu ed i metodi di preparazione dei piatti (82,7%) e per tutti ad accogliere l'ospite (85,3%), a rispondere alle esigenze specifiche dei clienti (72,5%) ed, infine, consiste in azioni di sensibilizzazione del personale verso il rispetto dell'ambiente. La formazione e l'aggiornamento professionale è un'attività svolta dal 54,8% delle imprese. Pratiche più specifiche risultano da parte del 22,9% che adotta misure di tutela e sostegno verso le lavoratrici madri e dal 16,9% che dichiara di impiegare personale appartenente a categorie socialmente protette/svantaggiate.

L'attenzione all'ambiente

Le pratiche più diffuse di approccio ecocompatibile sono quelle relative all'attenzione nel recupero e riciclo dei rifiuti (88,5%) e verso i consumi energetici (88,3%) ed idrici (73,6%). L'attenzione per l'ambiente, pertanto, ben si coniuga con le esigenze di abbattere i consumi, anche nella visione delle imprese turistiche.

La scelta di utilizzare prodotti non inquinanti o biodegradabili riguarda il 68,8%, così come nelle scelte di gestione il 67,1% ha scelto di utilizzare macchinari ed elettrodomestici a basso consumo energetico. Molto meno diffuse, però, le politiche di sostenibilità che entrano nel processo produttivo, con il solo 37,9% di imprese che applica politiche di riduzione del consumo di imballaggi. Infine, la produzione di energia da fonti rinnovabili riguarda il 26,6% delle imprese.

Sul tema del sociale, infine, il 51,9% delle imprese dichiara di operare con donazioni e beneficenza, il 44,8% si dichiara impegnata socialmente, il 18,8% pratica attività di volontariato.

Verificando la pratica contestuale delle varie tematiche della CSR da parte delle imprese, si evidenzia:

- un rapporto positivo tra tutte le tipologie di pratiche adottate e l'attenzione al rapporto qualità/prezzo, così come anche all'utilizzo di produzioni locali da parte delle imprese;
- per contro, un rapporto negativo mette in relazione le varie tipologie di azioni di CSR (verso il cliente, verso i dipendenti, verso l'ambiente, ecc.) con la bassa propensione alla partecipazione ad iniziative locali come sagre, feste e l'organizzazione di degustazioni e presentazioni dei prodotti locali.

Queste due coincidenze di rapporti evidenziano due tendenze che ne stanno alla base

- la prima legata anche all'analisi della consapevolezza dei consumatori che porta necessariamente l'impresa a posizionarsi sul mercato in maniera competitiva, anche a prescindere dall'orientamento alle pratiche di responsabilità sociale d'impresa;
- la seconda, quella che evidenzia (anche laddove le buone pratiche sono esercitate dall'impresa) un distacco dalle azioni che avvengono al di fuori di essa, cioè sui territori circostanti, dove la partecipazione viene ancora percepita come un onere piuttosto che come un'occasione promozionale e di condivisione sociale.

Approccio eco-compatibile e responsabilità sociale di impresa

Attenzione all'ambiente

Vi ritenete un'azienda attenta all'ambiente, al sociale, al territorio, al personale, ai clienti? 96,5

Attenzione all'ambiente

Ritenete di avere un approccio eco-compatibile? 84,0

Misure adottate:

Attenzione ai consumi energetici 88,3

Attenzione ai consumi idrici 73,6

Produzione di energia da fonti rinnovabili 26,6

Recupero e riciclo dei rifiuti 88,5

Macchinari/elettrodomestici a basso consumo energetico 67,1

Prodotti/detersivi biodegradabili e non inquinanti 68,8

Politiche per la riduzione del consumo di imballaggi 37,9

Valorizzazione dei prodotti locali

Valorizzate i prodotti del territorio in cui l'esercizio opera? 94,2

Utilizzate prodotti tipici del vostro territorio? 87,2

Utilizzate prodotti tipici italiani ? 81,8

Utilizzate prodotti DOC/ DOP/DOCG/IGP, ecc? 84,4

Scegliete prodotti a 'chilometri 0'?' 45,9

Partecipate ad iniziative locali come fiere, mercati, sagre? 38,7

Organizzate degustazioni, assaggi e presentazioni di prodotti tipici del territorio? 40,5

Prestate attenzione alla qualità dei prodotti? 98,9

Adottate metodi di controllo sulla filiera delle materie prime? 56,7

Selezionate e scegliete i vostri fornitori sulla base del loro comportamento ambientale e sociale? 57,8

Date informazione ai clienti circa la tracciabilità dei prodotti? 63,4

Utilizzate prodotti biologici? 53,7

Utilizzate prodotti del commercio Equo e solidale? 18,8

Utilizzate prodotti delle cooperative sociali? 31,6

Scegliete gli ingredienti in base alla stagionalità? 87,2

Fonte: Unioncamere-Isnart

Approccio eco-compatibile e responsabilità sociale di impresa

Formazione del personale

Per la conduzione della vostra attività valorizzate il personale impiegato?	92,4
Svolgete attività di formazione e aggiornamento professionale del personale?	54,8
Impiegate personale appartenente a categorie socialmente protette/ svantaggiate?	16,9
Adottate misure che tutelano/aiutano le madri lavoratrici?	22,9
Promuovete azioni per sensibilizzare il personale sui temi del rispetto per l'ambiente?	62,1
Il personale è formato e preparato in modo adeguato per accogliere l'ospite?	85,3
Il personale è formato e preparato in modo adeguato per dare risposta alle esigenze e a aspettative dei clienti	72,5
Il personale è formato e preparato in modo adeguato per illustrare i menu e i metodi di preparazione dei piatti	82,7

Responsabilità sociale di impresa

L'impresa è impegnata socialmente?	44,8
L'azienda è impegnata in qualche attività di volontariato?	18,8
L'azienda opera nel sociale con donazioni e/o beneficenza?	51,9

Il cliente

Nella conduzione della vostra attività avete attenzioni particolari per i clienti?	97,6
Nel ristorante/albergo sono previste misure a favore dei disabili	76,0
Fate conoscere il vostro impegno sociale ai clienti?	22,7
Sensibilizzate i clienti sul tema della riduzione dell'impatto ambientale?	53,0
Prestate attenzioni alle esigenze dei bambini?	73,2
Date informazioni ai clienti circa le calorie/informazioni nutrizionali dei vostri menu?	26,0
Preparate menu dietetici per chi è affetto da patologie legate all'alimentazione?	69,7
Prestate attenzione al rapporto qualità/prezzo?	92,6
gestione qualità (uni en iso 9001)	34,0
gestione ambientale (uni en iso 14001)	19,1
gestione della salute e sicurezza dei lavoratori (bs ohsas 18001)	25,3
responsabilità sociale (sa8000)	5,6
sicurezza alimentare (uni en iso 22000)	27,2

Fonte: Unioncamere-Isnart

Approccio eco-compatibile e responsabilità sociale di impresa (%)

	Attenzione ai consumi energetici	Recupero e riciclo dei rifiuti	Utilizzate prodotti tipici del vostro territorio?	Partecipate ad iniziative locali come fiere, mercati, sagre?	Organizzate degustazioni, assaggi e presentazioni di prodotti tipici del territorio?	Selezionate e scegliete i vostri fornitori sulla base del loro comportamento ambientale e sociale?	Utilizzate prodotti biologici?	Svolgete attività di formazione e aggiornamento professionale del personale?	Nel ristorante/albergo sono previste misure a favore dei disabili	Prestate attenzioni alle esigenze dei bambini?	Prestate attenzione al rapporto qualità/prezzo?
Attenzione ai consumi energetici	88,3	79,4	82,3	34,8	36,6	55,4	48,7	53,0	72,1	65,4	82,3
Recupero e riciclo dei rifiuti	77,5	88,5	77,5	35,7	38,1	53,0	50,9	50,4	67,3	64,9	82,3
Utilizzate prodotti tipici del vostro territorio?	82,3	11,0	87,2	34,6	36,4	55,8	48,7	51,5	71,2	66,7	81,8
Partecipate ad iniziative locali come fiere, mercati, sagre?	34,8	35,7	25,3	38,7	34,6	26,2	26,4	24,7	30,1	31,6	36,4
Organizzate degustazioni, assaggi e presentazioni di prodotti tipici del territorio?	36,6	38,1	36,4	25,3	38,7	28,1	28,4	26,4	32,7	34,0	38,3
Selezionate e scegliete i vostri fornitori sulla base del loro comportamento ambientale e sociale?	55,4	53,0	55,8	26,2	28,1	57,8	36,6	37,9	47,6	46,3	55,0
Utilizzate prodotti biologici?	48,7	50,9	48,7	26,4	28,4	36,6	53,7	33,3	42,4	41,1	51,3
Svolgete attività di formazione e aggiornamento professionale del personale?	53,0	50,4	51,5	24,7	26,4	37,9	33,3	54,8	46,1	42,6	52,2
Nel ristorante/albergo sono previste misure a favore dei disabili	72,1	67,3	71,2	30,1	32,7	47,6	42,4	46,1	76,0	57,1	70,8
Prestate attenzioni alle esigenze dei bambini?	65,4	64,9	66,7	31,6	34,0	46,3	41,1	42,6	57,1	73,2	68,8
Prestate attenzione al rapporto qualità/prezzo?	82,3	82,3	81,8	36,4	38,3	55,0	51,3	52,2	70,8	68,8	92,6

Fonte: Unioncamere-Isnart

MANUALE PER L'AVVICINAMENTO DELLE IMPRESE ALLE PRATICHE DI CSR

Quello che segue è un compendio di suggerimenti mirati a sostenere il percorso delle imprese verso le pratiche di CSR, con riferimento a 3 direttrici principali: il **personale interno**, la **clientela** ed il rapporto con il **territorio**. In particolare, rispetto a quest'ultimo aspetto si approfondiscono le modalità di gestione orientate alla **sostenibilità ambientale**.

Una azienda che assimila e mette in pratica il concetto di responsabilità sociale d'impresa, deve, infatti, prendere in considerazione i vari aspetti che la strutturano, il tutto in un'ottica di sostenibilità sociale, ambientale ed economica: il personale che vi lavora, l'ospite che usufruisce e tocca con mano i prodotti/servizi che offre e l'ambiente (a 360°) in cui opera.

L'impresa, dunque, opera in uno scenario strutturato ed articolato, costituito da vari fattori correlati strettamente tra loro e legati ad attività precise, vale a dire risorse ambientali (approccio ecosostenibile/valorizzazione del territorio), culturali (partecipazione ad eventi locali/valorizzazione dei prodotti tipici), sociali (sensibilizzazione/adeguamento alle esigenze dell'ospite/personale).

1. Il personale. La formazione e la consapevolezza del proprio ruolo

L'impresa è composta, innanzitutto, da lavoratori e la loro preparazione rappresenta la chiave di successo per le aziende che fanno delle azioni di CSR il valore aggiunto sul mercato, anche del turismo.

Tutto il personale che esegue attività con impatto sulla qualità del servizio, in una visione allargata a tutta la filiera turistica, dovrebbe essere competente sulla base di un adeguato grado di istruzione, addestramento, abilità ed esperienza. La combinazione ottimale varia da mansione a mansione, da azienda ad azienda e da addetto ad addetto.

Il valore fisso da considerare (che non muta, se è l'essenza della filosofia aziendale, nell'ambito dei vari processi specifici) è l'approccio "socialmente responsabile" verso il personale. Un lavoratore, altro non è che un individuo che dedica la maggior parte della sua giornata ad una mansione, senza per questo perdere di vista le sue esigenze di crescita, non solo lavorativa, di gestione della famiglia, di sfida verso degli svantaggi che possono averlo colpito.

Cosa fa la differenza tra una azienda che vede il lavoratore come la fonte del suo guadagno o come un collaboratore per raggiungere un obiettivo? La responsabilità e la sostenibilità sociale delle pratiche aziendali.

Ecco che un imprenditore guarda alla formazione del personale e alla sensibilizzazione dei lavoratori verso tematiche quali, ad esempio, il rispetto dell'ambiente, la tutela delle tipicità locali e l'attenzione verso le esigenze della clientela, rende responsabili anche i suoi dipendenti attivando un circolo virtuoso con impatto anche sul territorio.

Entrando nel merito di quelli che sono i meccanismi per raggiungere questi obiettivi, è possibile sintetizzare quelle che sono le linee guida che permetterebbero all'impresa e al personale di gestire i processi in un'ottica di qualità diffusa ed integrata tra le fasi del lavoro ed il servizio/bene turistico fornito.

Vademecum dell'impresa: il ruolo del personale nei processi legati alla qualità del servizio	
Cosa fare	Come farlo
Definizione delle competenze del personale che svolge le attività che influenzano la qualità del servizio	Competenza richiesta: Il cameriere deve saper apparecchiare la tavola... ...scala del livello richiesto (scarso/buono/ottimo) e delle caratteristiche necessarie (non presente/non richiesto/in affiancamento/in autonomia/docente ecc.)
Predisposizione di un Programma Annuale di Addestramento e di aggiornamento	...redatto sulla base degli scostamenti tra competenze necessarie e competenze presenti e delle richieste e segnalazioni pervenute
Formare e/o addestrare il personale o intraprendere altre azioni per soddisfare queste esigenze	Devono essere svolte attività formative o informative necessarie per rendere il personale consapevole della rilevanza e dell'importanza delle proprie attività ai fini della qualità del servizio
Valutare l'efficacia delle attività svolte	Questa valutazione dovrebbe essere fatta al termine di ogni attività e, in chiave critica a posteriori.
Redazione verbali e attestazioni	Sarebbe utile conservare idonei verbali di addestramento e copia degli attestati rilasciati da enti esterni

Per quanto riguarda la **definizione delle competenze del personale**, la strategia di un'impresa che guarda al personale come alla forza motrice grazie alla quale raggiungere gli obiettivi prefissati, dovrebbe essere orientata allo sviluppo della leadership e dei profili per il futuro dei suoi collaboratori.

Ciò può avvenire, tenendo conto delle necessità presenti e future dell'azienda, in rapporto alle competenze già esistenti nell'organizzazione. Sarà, quindi, necessario prevedere e pianificare l'evoluzione dell'impresa sotto un profilo strutturale (impianti, attrezzature e dimensioni), di organico (pensionamenti e nuove assunzioni) e strategico/operativo (collaborazione con nuovi tour operator, nuove normative).

Disporre di **personale qualificato e coinvolto nelle dinamiche aziendali**, inoltre, favorisce lo sviluppo dell'impresa in termini di efficacia ed efficienza. È necessario, quindi, provvedere, innanzitutto, alla formazione continua del personale che deve essere a conoscenza delle pratiche di responsabilità sociale a cui l'azienda tende (attenzione verso il cliente, azioni volte alla tutela ambientale, il rapporto con il territorio, ecc.) per ottimizzarne l'applicazione costantemente e apportare contributi innovativi. È utile, perciò, definire le responsabilità ed autorità, fissare gli obiettivi (individuali e di gruppo), coinvolgere il personale in tutte le fasi decisionali e valutare i risultati dei processi.

Un elemento importante del **processo di formazione del personale**, inoltre, è la comunicazione. Si intende, in particolare, sia la trasmissione continua di informazioni interne all'organico che esterne. Infatti, un dipendente informato sulle dinamiche e sulle attività aziendali si mostra un **buon portavoce**, in grado di comunicare agli ospiti della struttura gli obiettivi e le azioni dell'azienda, sensibilizzandoli.

Per formare ed addestrare al meglio il personale, inoltre, è necessario definire alcuni aspetti fondamentali, che verranno necessariamente valutati anche a posteriori per avere un feedback sulla loro efficacia:

- obiettivi di formazione ed addestramento;
- programmi e metodologie didattiche;
- risorse necessarie;
- supporti interni necessari;
- metodi di valutazione del miglioramento delle competenze del personale;
- misurazione dell'efficacia e dell'impatto della formazione sull'organizzazione;
- misurazione della soddisfazione del personale;

La formazione, per essere efficace al 100%, quindi, deve essere accompagnata dalla consapevolezza del dipendente del proprio ruolo nei meccanismi aziendali, ma anche da supporti quali incentivi e riconoscimenti che ne valorizzino e ne stimolino l'operato. E' bene ricordare che l'attività del **personale soddisfatto** è molto più efficace ed efficiente!

La valutazione della formazione degli addetti dovrebbe toccare alcuni aspetti pratici quali il raggiungimento degli obiettivi prefissati, il soddisfacimento delle aspettative degli ospiti, l'applicazione delle buone pratiche relative all'ecosostenibilità ambientale, i suggerimenti proposti dal personale rispetto alle indicazioni fornite.

Infatti, un lavoratore consapevole e formato, oltre a lavorare meglio, conduce tutta l'impresa verso l'obiettivo di attivazione del circolo virtuoso che porta all'innalzamento della qualità del prodotto/servizio offerto da cui deriva, di riflesso, un apporto positivo alla filiera turistica tout court.

Il beneficio apportato dal personale all'impresa sarà indispensabile in vista di un miglioramento delle sue buone pratiche che saranno **riconoscibili dalla clientela**. Gli ospiti sceglieranno quella struttura perché consapevoli dell'impegno dei suoi gestori rispetto alle tematiche della responsabilità sociale.

L'impresa, quindi, deve tendere al suo miglioramento in un'ottica di impatto economico su tutto l'ambiente (società/territorio) circostante il ché si rispecchia sul ritorno di clientela.

2. L'ospite come cartina di tornasole per l'impresa

L'ospite ha un ruolo fondamentale nell'impresa. Innanzitutto attraverso lui si ha un riscontro in termini di **soddisfazione per l'esperienza vissuta** e rappresenta, inoltre, un **attore attivo nelle dinamiche aziendali** ed è bene che le conosca.

Infatti, un ospite informato sull'impegno dell'operatore rispetto alla responsabilità sociale sarà, in primis, libero di scegliere quell'azienda perché ne condivide la filosofia e, inoltre, ne diventa parte attiva in quanto seguirà le indicazioni di buone pratiche trasmesse dall'azienda.

Ecco che la comunicazione delle proprie attività, affrontata già sotto il profilo del coinvolgimento del personale, diventa un importante tassello per costruire il puzzle che rivelerà all'impresa le azioni da implementare/modificare per raggiungere il proprio obiettivo "socialmente responsabile". Un passo importante che l'imprenditore può effettuare, perciò, è quello di sensibilizzare a queste tematiche anche gli ospiti, facendo conoscere loro l'impegno sociale dell'impresa, l'approccio ecosostenibile, le attività di promozione e valorizzazione del territorio in cui opera e dei prodotti enogastronomici che utilizza.

Infatti solo se un ospite viene informato può contribuire attivamente alle azioni dell'impresa evitando, perciò, di interromperne il circuito.

Accanto alla necessità di coinvolgere gli ospiti, è fondamentale per l'impresa operare per soddisfarne le esigenze. Tale obiettivo diventa sempre più elevato (l'ospite è sempre più aggiornato ed esigente) e mette gli operatori nelle condizioni di tenersi sempre aggiornati sulle questioni legate alla tutela dell'ambiente, del territorio e alle azioni a sostegno della soddisfazione della clientela.

La qualità del servizio fornito, dunque, è misurabile in base alla capacità di soddisfare l'ospite. È importante ricordare, però, che il concetto di qualità è soggettivo perché il grado di soddisfazione varia da cliente a cliente. L'ospite, terrà conto di vari aspetti, che permangono in modo soggettivo nel suo ricordo dell'esperienza vissuta, tra cui l'affidabilità (capacità di fornire il servizio promesso), la responsività (tempestività nella risposta), la sicurezza percepita, l'empatia nei rapporti umani (attenzione premurosa ed individuale), la buona qualità di impianti ed attrezzature e l'onestà sotto tutti i punti di vista.

Il riscontro pratico che si ottiene dalla trasmissione di informazioni agli ospiti e dalla soddisfazione delle loro esigenze è certamente il miglioramento della performance aziendale e, di riflesso, della dinamicità dell'economia di cui fa parte.

È assodato che l'azienda "socialmente responsabile" debba saper recepire, analizzare e soddisfare le esigenze degli ospiti. Il problema è che, in un mercato mutevole, turbolento, non è facile capire né cosa l'ospite voglia né come sfruttare i nuovi sviluppi tecnologici.

È utile, inoltre, sapere che il prodotto può essere oggettivamente di grande qualità e, contemporaneamente, non essere apprezzato dal mercato. Comprendere, quindi, l'evoluzione delle esigenze degli ospiti e del mercato è importante per tenersi al passo con i tempi. Ciò è possibile, ad esempio, effettuando analisi di mercato e somministrando questionari agli ospiti ed al personale.

Soddisfare gli ospiti, quindi, non significa solo valutare le strategie per guadagnare consenso e fidelizzarli in un'ottica di incremento della fetta del proprio mercato (e di utile economico). Significa, anche, capire ed adeguarsi alle loro esigenze allargando la visuale verso quelle fasce di clientela maggiormente disagiate.

Una impresa che basa le sue attività sulla responsabilità sociale, non può che prendere in considerazione l'ospite, non come "soggetto-tipo", diciamo standardizzato, ma deve valutare ed essere pronta a soddisfare le sue esigenze, a volte particolari.

Si intende, quindi, toccare anche quella fetta di ospiti svantaggiati (ad esempio dalla ridotta abilità motoria, dall'età avanzata e dalla necessità di assistenza) e che non volendo rinunciare al piacere del viaggiare, cercano una location adatta per la vacanza priva di barriere. È d'obbligo, quindi, per una impresa che voglia avvicinarsi all'eccellenza e alla qualità del servizio tout court, tenere conto di tale responsabilità, che altro non è che una responsabilità nel fornire un bene o un servizio a "tutti" coloro che lo desiderano.

3. Il territorio e la sua identità: l'ambiente in cui operano le imprese.

Gli attori e, generalizzando, gli stakeholders, che agiscono in un determinato scenario/territorio vengono influenzati ed influenzano, reciprocamente, l'ambiente in cui operano. Il territorio, quindi, gioca un ruolo fondamentale nelle strategie adoperate dalle imprese e può rappresentare sia un terreno fertile e propulsivo per le loro strategie imprenditoriali, sia un habitat difficile e da animare.

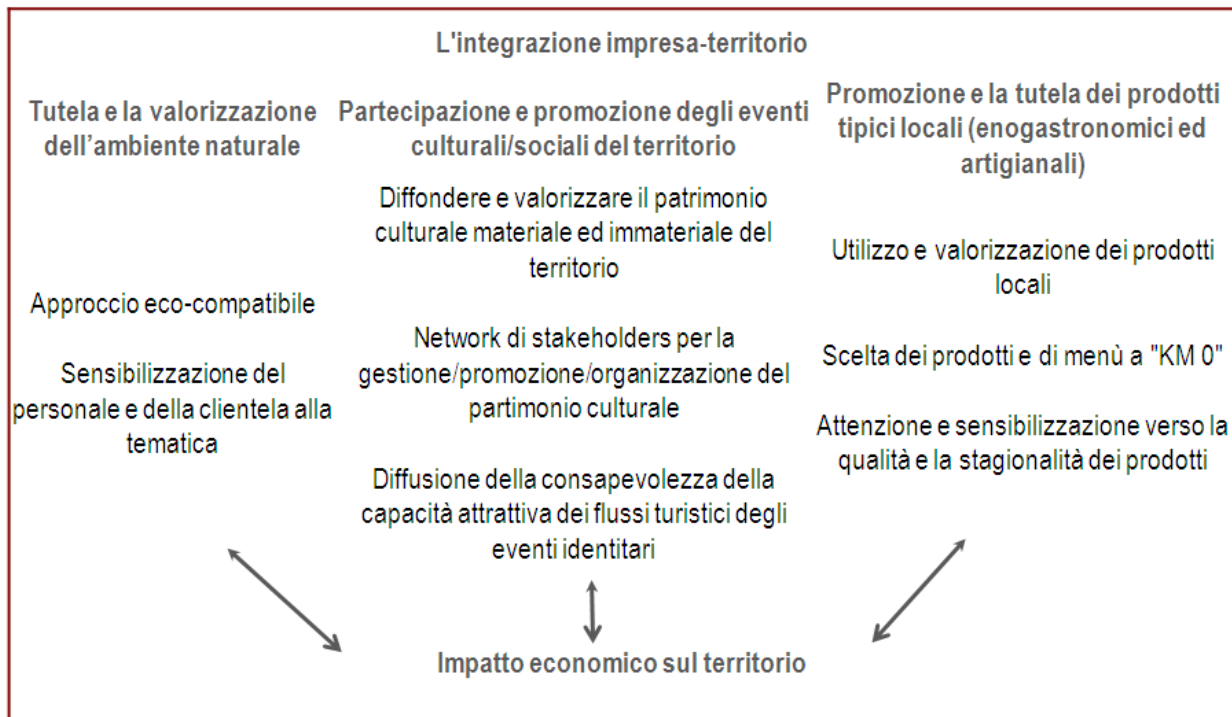
È importante anche considerare che per "ambiente" si intende un insieme di fattori, non solo, tangibili e materiali quali le risorse del territorio (bellezze naturali, monumenti, ecc) ma anche intangibili ed immateriali con capofila le tradizioni locali (enogastronomiche, folkloristiche, ecc), e gli eventi che animano il territorio. Concetti sintetizzabili in una sola parola: l'identità del territorio.

L'integrazione tra l'ambiente, considerato perciò nella sua interezza, e l'impresa, che agisce in un'ottica di responsabilità sociale, viaggia su tre linee d'onda fondamentali:

1. la partecipazione e promozione degli eventi culturali/sociali del territorio;
2. la promozione e la tutela dei prodotti tipici locali (enogastronomici ed artigianali);
3. la tutela e la valorizzazione dell'ambiente naturale (a cui verrà dedicata una sezione di approfondimento).

L'ambiente, così descritto, in cui operano le imprese beneficerà del miglioramento della performance delle imprese che applicano le pratiche di responsabilità sociale in termini anche di **impatto economico**.

Nel dettaglio, per ognuno di questi elementi è correlata una serie di attività, di seguito sintetizzate, che possono essere integrate tra loro per raggiungere l'obiettivo sostanziale dell'impresa di **rappresentare, valorizzare e promuovere l'identità territoriale**.



Tali linee guida, oltre ad andare di pari passo, si rivelano interdipendenti per il raggiungimento dello scopo dell'impresa: senza la tutela dell'ambiente naturale, non si garantirebbe la salubrità dei prodotti enogastronomici del territorio e la salute dei cittadini, rendendo impossibile la promozione di un territorio/ambiente la cui identità riporta ad una idea di non-qualità.

Innanzitutto, si intende prendere in considerazione un aspetto a volte meno valorizzato nell'ambito delle strategie imprenditoriali: la partecipazione agli eventi. Le imprese sono ormai consapevoli, infatti, della necessità di tutelare l'ambiente naturale tramite buone pratiche (es. risparmio energetico, raccolta differenziata, ecc.) e tralasciano altri aspetti legati all'integrazione e al miglioramento del contesto in cui operano.

La **partecipazione agli eventi della cultura locale, alle fiere, manifestazioni di vario genere**, infatti, rappresenta sia una **azione promozionale** per l'impresa che una **opportunità di sviluppo sostenibile del turismo, con il relativo impatto economico sul territorio**, accordandosi in un'ottica di integrazione reciproca.

Oltre all'integrazione in termini di coinvolgimento e fusione delle iniziative, quindi, si verifica anche un fenomeno di disseminazione dei benefici economici dall'impresa al territorio e viceversa.

Tale idea è, però, sentita solo da $\frac{1}{4}$ delle imprese italiane, rappresentando un fenomeno ancora limitato alle iniziative individuali e non un comportamento consolidato.

I benefici che derivano dalla partecipazione agli eventi, invece, dicono qualcosa di diverso. Infatti, ben il 44% delle imprese registra un incremento della clientela e quindi di turisti sul territorio.

Tra l'altro, le attività di promozione legate alla partecipazione delle imprese agli eventi si concentrano sulla pubblicità fatta in azienda (50,1%) e sulla proposta di offerte/sconti e promozioni (29,4%), limitando la partecipazione diretta alla manifestazione da parte delle imprese.

Il passo da compiere, quindi, va verso una maggiore consapevolezza dell'importanza che la partecipazione agli eventi della cultura locale ha sotto il profilo del miglioramento dello scenario in cui si opera che, sotto il profilo turistico, significa diffondere, valorizzare, tutelare le identità territoriali. Il territorio-azienda si posiziona, quindi, nell'immaginario del cliente-turista che "riassume" la destinazione di vacanza, oltre che per i luoghi visitati, anche per l'esperienza vissuta, ad esempio, durante una manifestazione a cui ha partecipato.

Una impresa responsabile, quindi, darà la giusta importanza strategica all'utilizzo delle risorse enogastronomiche, produttive ed artigianali quali componenti trasversali di ogni tipologia di turismo e portatrici di un **ruolo propulsivo per l'economia locale e motivazionale** (di spostamento e di scelta della destinazione) per gli ospiti. L'enogastronomia e l'artigianato vanno di pari passo con la scoperta del territorio in senso ampio, costituendo il genius loci di un territorio che si basa sull'interazione di un luogo con la sua identità immateriale.

Dal canto suo l'impresa che vuole valorizzare tale risorsa, può agire anche su scala individuale sensibilizzando ed informando sia il personale che gli ospiti sull'utilizzo di produzioni locali a "chilometri 0" a garanzia dell'unicità e dalla rappresentatività dell'ambiente circostante.

Tra le varie possibilità, l'impresa può organizzare degustazioni, assaggi, presentazioni dei prodotti tipici, indicare sui menù (se fanno ristorazione) la provenienza e la stagionalità delle materie prime utilizzate, effettuare controlli sulla filiera produttiva a cui fa riferimento e, a livello di integrazione con altre imprese, partecipare ad eventi e manifestazioni sulla tematica.

È noto che gli ospiti sono sempre più attenti a comprendere l'origine e la preparazione del prodotto che si accingono ad assaporare ed un gestore consapevole non può che soddisfare il suo cliente anche dal punto di vista delle informazioni sulle materie prime utilizzate e sulla loro tracciabilità. Ciò fa la differenza sul mercato turistico.

Promuovere i prodotti tipici del territorio significa, quindi, valorizzare "l'identità alimentare" della località ed influenzare l'impatto dei prodotti di qualità (meglio se certificata) sull'economia ed il turismo del territorio, rappresentando una risorsa strategica importante.

Un ruolo rilevante è dato, anche, alle produzioni artigianali locali che spesso rientrano in una filiera molto articolata legata a turismi di nicchia.

Alcuni esempi fra tutti (la lista sarebbe infinita): la produzione di strumenti musicali cremonesi che attira turisti da ogni parte d'Italia e del mondo per conoscere l'origine di un'arte musicale unica, i presepi napoletani fatti a mano che non conoscono stagionalità turistica, gli oggetti in vetro soffiato di Murano frutto di una tradizione unica al mondo, ecc.

Tutelare e promuovere, quindi, questi "tesori" tutti italiani che spaziano dall'ambiente, ai monumenti, all'enogastronomia fino all'artigianato, significa essere responsabili nei confronti sia della propria impresa che dell'ambiente in cui si vive e si opera, apportando un contributo concreto all'economia locale.

3.1 Le PMI turistiche: modalità di gestione orientate alla sostenibilità ambientale

Qualora decidiate di intraprendere la strada della sostenibilità ambientale, vi occorre anzitutto individuare strategie e strumenti adeguati alla vostra dimensione e alle vostre risorse, misurandone potenziali benefici ed eventuali rischi.

In Italia si contano oltre 4,5 milioni di imprese attive nell'industria e nei servizi che occupano complessivamente circa 17,9 milioni di addetti. Di queste, circa 4,6 milioni, quindi il 95%, occupano meno di 10 addetti, pari al 46% del totale. In particolare, nel settore "alberghi e ristoranti", il numero medio di addetti per impresa è 3,9¹.

Tra gli strumenti di promozione della qualità ambientale per il settore turistico, attivati a livello europeo e internazionale, si segnalano Sistemi di Gestione Ambientale (SGA), quali il regolamento **EMAS (Environmental Management and Audit Scheme)** e la norma **ISO14001** e il marchio **Ecolabel Europeo**.

I sistemi di gestione ambientale (SGA)

I sistemi di gestione ambientale (SGA) sono **strumenti volontari** che possono essere applicati ad aziende di tutte le dimensioni e tipologie allo scopo di ridurre gli impatti ambientali. Essi permettono di integrare gli aspetti ambientali nella gestione complessiva dell'azienda, e possono essere definiti come l'insieme delle responsabilità, dei metodi organizzativi e delle procedure che incidono sul miglioramento delle performance ambientali.

A questo riguardo, sono già attive una serie di norme sia comunitarie, sia internazionali inerenti l'implementazione volontaria di un SGA. Tra queste, la norma UNI EN ISO 14001 (2004) e il Regolamento Comunitario n. 1221/2009 – EMAS III (Environmental Management and Audit Scheme)

¹ Struttura e dimensione delle imprese, Archivio statistico delle imprese attive (ASIA), anno 2008, Istat, 2010.

I principali obiettivi di un SGA sono:

- promuovere continui miglioramenti dell'efficienza ambientale attraverso l'implementazione di politiche, programmi e sistemi di gestione appropriati in qualsiasi tipo di organizzazione;
- intraprendere una valutazione oggettiva, sistematica e periodica dell'efficacia di questi sistemi all'interno dell'organizzazione;
- comunicare l'impegno dell'organizzazione nei confronti della sostenibilità.

LA NORMA UNI EN ISO 14001

La norma **UNI EN ISO 14001** del 1996, revisionata nel 2004, è una **norma internazionale di adesione volontaria** che specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale.

L'ISO (Organizzazione Internazionale per la Standardizzazione) è una federazione di enti di standardizzazione nazionali di 149 paesi in ogni area del mondo; il suo scopo è l'identificazione e lo sviluppo di Standard Internazionali richiesti dal mondo aziendale, dai governi e dalla società, in stretta collaborazione con i settori coinvolti. Perciò gli Standard ISO vantano un consenso internazionale dalla più ampia base di gruppi di stakeholders e sono ampiamente rispettati ed accettati dai settori pubblici e privati a livello internazionale.

La norma UNI EN ISO 14001 garantisce la capacità di un'organizzazione di gestire i propri processi, non solo nel rispetto delle norme ambientali, ma dotandosi di una vera e propria politica ambientale, definendo obiettivi di qualità ambientale, predisponendo e implementando un sistema atto a realizzare tale politica e conseguire gli obiettivi correlati, impegnandosi a migliorare continuamente le proprie prestazioni ambientali.

IL REGOLAMENTO EMAS (ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND AUDIT SCHEME)

EMAS è uno strumento introdotto dall'Unione Europea nel 1993 (revisionato nel 2009 con il Regolamento Emas III, n. 1221/2009), allo scopo di promuovere il miglioramento ambientale tra le organizzazioni europee; si tratta perciò di uno strumento di politica ambientale e può essere considerato un passo verso l'obiettivo dello sviluppo sostenibile in Europa. Originariamente era applicabile a livello di sito e da parte delle sole aziende industriali. Più tardi lo scopo dell'EMAS si è ampliato e ora può essere applicato a qualsiasi organizzazione che abbia un impatto sull'ambiente.

I due modelli, al di là degli scopi e dei requisiti di base simili, presentano alcune sostanziali differenze:

	ISO 14001	EMAS
Ottenimento	Certificazione	Registrazione
Standard	Di gestione	Di gestione e prestazione
Validità	Internazionale	Mondiale
Obiettivo	Miglioramento continuo del SGA	Miglioramento continuo delle prestazioni ambientali
Analisi ambientale iniziale	Discrezionale	Obbligatoria
Dichiarazione ambientale	Non prevista (consigliata una strategia di comunicazione)	Obbligatoria
Convalida	Da parte di un Organismo Privato	Da parte di un ente pubblico

La certificazione ISO 14001 rappresenta un primo passo per le aziende che vogliono aderire al Regolamento EMAS.

EMAS richiede un impegno più forte nella comunicazione esterna: infatti, per ricevere una registrazione EMAS un'organizzazione deve fornire un documento di comunicazione, la Dichiarazione Ambientale, che descrive gli impatti ambientali esistenti e i passi futuri per migliorare le performance ambientali dell'organizzazione. Altre differenze tra ISO ed EMAS, meno evidenti per quanto riguarda l'applicazione nel settore turistico, hanno molto a che vedere con l'analisi ambientale e normativa e il coinvolgimento del personale. Perciò è possibile ricevere e mantenere la registrazione EMAS adottando il sistema ISO 14001

e sviluppando una strategia di informazione, documentazione e comunicazione più specifica verso tutte le parti interessate: enti locali, amministrazioni, clienti, associazioni locali di cittadini.

La centralità della comunicazione e le procedure di controllo e certificazione più lunghe ed accurate fanno sì che EMAS sia di fatto un sistema più impegnativo rispetto ad ISO 14001. Per raggiungere EMAS le organizzazioni devono coinvolgere sia il verificatore accreditato che l'Organismo Competente del proprio paese, riconosciuto dall'Unione Europea. L'Organismo Competente convalida il documento di comunicazione dell'organizzazione, la Dichiarazione Ambientale, essendo il sistema di gestione già stato analizzato dal verificatore. Superato l'esame del verificatore e quello dell'Organismo Competente, quest'ultimo registra l'azienda che apparirà così sulla lista delle aziende europee registrate EMAS, pubblicata annualmente sulla Gazzetta Ufficiale della Comunità Europea e sui siti ufficiali dell'Unione Europea.

L'impresa deve quindi valutare, in termini strategici, la convenienza di:

- ottenere unicamente la certificazione ambientale UNI EN ISO 14001;
- ottenere la certificazione ambientale ISO 14001 in un primo momento e successivamente la registrazione EMAS;
- raggiungere direttamente la registrazione EMAS.

Per integrare il sistema di gestione ambientale nel management complessivo è necessario svolgere un insieme di attività seguendo una procedura chiara e sistematica, comune ad altri sistemi di gestione, e descritta dall'acronimo inglese **PDCA (Plan – Do – Check – Act)**, ossia gli step che portano al continuo miglioramento delle attività aziendali.

Il meccanismo del PDCA consiste nelle seguenti attività:

- **pianificare**: definire obiettivi e risultati a cui tendere in materia ambientale e formulare un piano per realizzarli in cui siano ben indicate risorse, capacità e meccanismi necessari a realizzare il SGA;
- **implementare** i processi individuati attingendo alle risorse e secondo le procedure definite in sede di pianificazione, sottolineando l'importanza del coinvolgimento del personale attraverso la formazione specifica sugli aspetti ambientali;
- **verificare** periodicamente l'attuazione del SGA;
- **consolidare o migliorare** quanto realizzato in modo da mantenere aggiornato e in efficienza il SGA, identificando le azioni e gli obiettivi che portano al continuo miglioramento degli impatti ambientali, anche con il coinvolgimento diretto del personale.

I passi sopra descritti sono consequenziali gli uni agli altri e interagiscono tra loro nell'ottica del miglioramento continuo.

Vantaggi per le imprese:

- risparmio di energia e materie prime;
- riduzione del rischio di incidenti;
- migliore efficienza interna;
- coinvolgimento e motivazione del personale dell'azienda al costante miglioramento delle prestazioni ambientali;
- vantaggi competitivi e di immagine, apertura di nuovi mercati;
- maggiore certezza del diritto;

Vantaggi per l'ambiente:

- rispetto da parte dell'impresa di tutte le normative ambientali;
- miglioramento continuo delle prestazioni ambientali da parte dell'impresa;
- sviluppo di atteggiamenti basati sulla prevenzione e anticipazione dei problemi da parte di tutti i soggetti che con diversi ruoli intervengono nel processo produttivo.

Il **tempo necessario per l'implementazione di un SGA** dipende dal tipo di azienda, dalla sua dimensione, dal suo punto di partenza. Ovviamente, per un'azienda che già lavora prestando attenzione agli impatti ambientali creati dalle varie attività espletate, i tempi di implementazione di un SGA, quali ISO 14001 ed EMAS, si riducono notevolmente.

Mediamente, una PMI che parte da zero impiega un anno per attivare un SGA.

Per quanto riguarda gli alberghi stagionali, che generalmente si dedicano ai lavori preparatori per la certificazione durante il periodo di chiusura dell'albergo, il tempo impiegato per la certificazione è di due anni.

Normalmente, il 50% del tempo richiesto ai fini dell'ottenimento della certificazione ambientale, è quello occorrente per la revisione della situazione esistente, nonché per la predisposizione vera e propria del SGA.

I **costi da sostenere** possono essere suddivisi così:

- **costi aziendali interni:** costi necessari per adeguare la struttura al SGA, sia sotto il profilo tecnico e impiantistico, sia organizzativo e gestionale. Questo tipo di costi dipende dalle condizioni di partenza dell'albergo e dalla sua capacità di adattamento a nuovi modelli organizzativi;
- **costi di consulenza:** costi necessari per supportare l'albergo nell'introduzione del sistema di gestione. I costi, in questo caso, dipendono dal numero di occupati dell'albergo e dalle criticità dei processi da certificare, e rappresentano la componente più significativa all'interno del processo complessivo di certificazione;
- **costi dell'organismo di certificazione:** dipendono anch'essi dalle dimensioni dell'albergo e dal personale.

Gli alti costi spesso limitano l'implementazione di SGA nel settore turistico; finanziamenti pubblici o accordi specifici tra le associazioni industriali possono agevolare il superamento di tale ostacolo.

IL MARCHIO ECOLABEL EUROPEO



Ecolabel Europeo è il marchio di qualità ecologica istituito nel 1992 (Regolamento CEE 800/92 e modificato dal nuovo Regolamento CE n.66/2010), che certifica i prodotti e i servizi (26 gruppi - tra cui anche i **servizi di ricettività turistica e di campeggio**), che rispettano i criteri ambientali concordati tra tutti i paesi membri dell'Unione Europea.

Il marchio Ecolabel è uno **strumento**:

- **volontario** → gli operatori scelgono liberamente se presentare richiesta dell'Ecolabel, qualora i loro prodotti/servizi soddisfino i criteri;
- **su scala europea** → uno dei grandi punti di forza dell'Ecolabel risiede nel suo riconoscimento da parte di tutti gli Stati membri dell'Unione Europea;
- **selettivo** → può essere concesso solo ai prodotti/servizi che hanno un ridotto impatto ambientale e che rispettano gli specifici criteri fissati per ciascun tipo di prodotto/servizio;
- **trasparente e ottenuto mediante consultazioni** → la trasparenza e la natura spiccatamente partecipativa del sistema comporta che i criteri ecologici per l'assegnazione dell'Ecolabel Europeo siano il risultato di studi scientifici e di ampie consultazioni in seno al Comitato dell'Unione Europea per il marchio di qualità ecologica (CUEME), composto dagli Organismi Competenti nazionali degli Stati membri, da rappresentanti delle ONG ambientaliste, da associazioni dei consumatori e dell'industria, da sindacati, nonché da rappresentanti delle PMI e del mondo del commercio.

Una volta che il CUEME ha proposto i criteri per un gruppo di prodotti, essi devono essere approvati dagli Stati membri e dalla Commissione Europea prima di poter essere utilizzati per l'assegnazione dell'Ecolabel ai prodotti;

- **approvato ufficialmente** → i criteri relativi ad ogni gruppo di prodotti devono essere approvati a maggioranza qualificata dagli Stati membri e dalla Commissione Europea prima di essere ufficialmente pubblicati sulla Gazzetta Ufficiale della Comunità Europea;
- **basato su una pluralità di criteri** → i criteri ecologici di ciascun gruppo di prodotti sono definiti usando un approccio "dalla culla alla tomba" (analisi del ciclo di vita), che rileva se i prodotti procurano danno all'ambiente e in quale stadio del loro ciclo di vita, ad iniziare dall'estrazione delle materie prime, attraverso i processi di lavorazione, distribuzione (incluso l'imballaggio) e utilizzo, fino allo smaltimento.

- **concesso da un organismo indipendente** → la richiesta è esaminata da una terza parte indipendente: l'Organismo nazionale dipendente per l'Ecolabel (in Italia il Comitato Ecolabel Ecoaudit si avvale del supporto tecnico dell'Ispra, Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale), il quale garantisce che i prodotti/servizi etichettati rispettino standard ambientali di alto livello.
- **munito di logo distintivo** → il "Bianco Fiore", la margherita stilizzata avente le dodici stelle dell'Unione Europea come "petali" e al centro una "E" arrotondata.

Tutti i prodotti/servizi che hanno ottenuto l'Ecolabel espongono lo stesso logo, qualunque sia la loro provenienza e qualsiasi sia la loro natura.

A quali prodotti/servizi si applica il marchio Ecolabel Europeo?

Il marchio Ecolabel UE si applica a tutti i beni e i servizi destinati alla distribuzione, al consumo o all'uso sul mercato comunitario, a titolo oneroso o gratuito.

Viceversa il regolamento non si applica ai medicinali per uso umano, ai medicinali per uso veterinario, ed ai dispositivi medici di qualsiasi tipo. Inoltre il marchio Ecolabel UE, non può essere assegnato a prodotti contenenti sostanze o preparati/miscele rispondenti ai criteri per la classificazione come tossici, pericolosi per l'ambiente, cancerogeni o mutageni.

Il sistema del marchio Ecolabel Europeo si inserisce nella politica comunitaria relativa al consumo e alla produzione sostenibili, il cui obiettivo è ridurre gli impatti negativi del consumo e della produzione sull'ambiente, sulla salute, sul clima e sulle risorse naturali. Il sistema è inteso a promuovere, attraverso l'uso del marchio Ecolabel Europeo, i prodotti che presentano elevate prestazioni ambientali.

Attualmente possono richiedere l'Ecolabel europeo 26 gruppi di prodotti servizi, tra cui anche i servizi di ricettività turistica e di campeggio.

IL MARCHIO ECOLABEL EUROPEO E I SERVIZI DI RICETTIVITA' TURISTICA

L'Ecolabel prevede due gruppi di prodotti per il settore turismo. Il 14 aprile 2003, con la Decisione 2003/287/CE, la Commissione Europea ha ufficialmente esteso l'applicabilità dell'Ecolabel ai **servizi di ricettività turistica** con l'obiettivo di incoraggiare le strutture nonché gli stessi turisti al rispetto dell'ambiente e al risparmio di risorse naturali. A distanza di due anni, con la Decisione 2005/338/CE del 14 aprile 2005, tra le strutture turistiche che possono accedere all'Ecolabel sono stati inseriti anche i **campeggi** che offrono piazzole attrezzate, categoria precedentemente esclusa.

Chi può richiedere il marchio Ecolabel Europeo nel settore del turismo?

L'Ecolabel Europeo è applicabile a tutte le strutture turistiche che prevedono, come attività principale, l'erogazione a pagamento del servizio di pernottamento. La richiesta deve essere inoltrata dal proprietario o dal direttore.

Il Regolamento individua le seguenti tipologie di strutture:

ALLOGGI TURISTICI COLLETTIVI

alberghi	motel	case albergo
locande sulla strada	alberghi sulla spiaggia	villaggi turistici
strutture simili agli alberghi	pensioni	residenze turistiche
b&b	fattorie	altri alloggi collettivi
alloggi per vacanze	campeggi	ostelli della gioventù
alloggi per gruppi e case di villeggiatura	rifugi di montagna	strutture specializzate
alloggi legati a stabilimenti di cura	campi di lavoro, colonie di vacanza	alloggi legati a centri di conferenza

ALLOGGI TURISTICI PRIVATI

camere in affitto in alloggi familiari	alloggi affittati da privati o da agenzie professionali	residenze secondarie (incluse le multiproprietà)
--	---	--

Perché una struttura turistica dovrebbe richiedere l'Ecolabel europeo?

Le strutture turistiche che si fregiano del marchio ecologico europeo si distinguono per l'impegno verso la salvaguardia dell'ambiente e, di riflesso, della salute umana.

La presenza dell'Ecolabel fornisce al turista **garanzie** circa:

- il contenimento dell'inquinamento atmosferico, idrico e del suolo grazie soprattutto all'utilizzo di prodotti più rispettosi dell'ambiente;
- la corretta gestione e differenziazione dei rifiuti;
- la riduzione degli sprechi energetici e di risorse;
- la salvaguardia della biodiversità nelle aree poste sotto il controllo diretto della struttura ricettiva;
- un'alimentazione sana e corretta, che attinge in parte alle produzioni biologiche regionali.

Oltre a garantire benessere ed eco-qualità ai turisti, l'Ecolabel apporta tutta una serie di benefici alla struttura ricettiva che lo applica, in particolare:

- 1. Vantaggi di costo legati all'eco-efficienza:** l'adozione di misure di carattere ambientale richiede tempi e sforzi, a volte anche notevoli, ma contribuisce a mettere a nudo quelli che sono, sotto il profilo ecologico ed economico, veri e propri punti di debolezza di una struttura turistica o di un'organizzazione; inoltre promuove lo sviluppo dell'innovazione.

La riduzione del consumo di risorse naturali quali combustibili fossili, energia ed acqua consente, a fronte di un investimento iniziale, una riduzione considerevole dei costi nel medio-lungo periodo;

- 2. Pubblicità derivante dall'alta visibilità del marchio:** la visibilità dell'etichetta ecologica europea rappresenta, per le strutture che riescono ad ottenerla, una forma ulteriore di pubblicità e un fattore di scelta assolutamente discriminante, soprattutto da parte dei turisti più sensibili al rispetto ed alla salvaguardia dell'ambiente; e sono sempre di più. Il marchio comunica al cliente che il prezzo pagato non tiene conto esclusivamente delle esigenze personali e della voglia di divertimento, ma contribuisce a dare all'ambiente delle possibilità in più.

Come si ottiene l'Ecolabel Europeo per il servizio di ricettività turistica

Il percorso che porta una struttura ricettiva ad ottenere il marchio europeo di qualità ecologica si sviluppa attraverso **tre fasi**:

1) Preparazione

E' la fase preliminare alla richiesta di ottenimento del marchio, durante la quale la struttura turistica interessata è chiamata a verificare e dimostrare la conformità del proprio servizio e delle proprie strutture ai parametri stabiliti.

Per il settore turistico, la Commissione Europea ha stabilito due categorie di criteri:

- **Criteri obbligatori:** sono 37 per il servizio di ricettività turistica e 36 per il servizio di campeggio; devono sempre essere rispettati qualora "applicabili" (a meno che la legislazione non stabilisca diversamente);
- **Criteri opzionali:** sono 47 per il servizio di ricettività turistica e 66 per il servizio di campeggio; il richiedente deve soddisfarne un certo numero, a scelta, in modo da raggiungere il punteggio minimo richiesto (ogni criterio dà diritto a un certo numero di punti). Il punteggio minimo varia a seconda dei servizi offerti in aggiunta a quello base di pernottamento (ristorazione, attività ricreative, ecc.).

La rispondenza ai criteri obbligatori e a quelli opzionali scelti deve essere dimostrata attraverso:

- auto-dichiarazioni del soggetto richiedente;
- dichiarazioni e certificazioni rilasciate da fornitori o da terze parti ed altra documentazione di supporto;
- verifiche ispettive da parte dell'Organismo Competente.

Per agevolare la preparazione della documentazione e facilitare la successiva istruttoria, l'Organismo Competente mette a disposizione del richiedente, relativamente a ogni gruppo di prodotti, un manuale del richiedente contenente:

- un manuale tecnico – redatto allo scopo di guidare passo dopo passo l'utente lungo il processo di richiesta del marchio;
- un documento contenente i moduli di verifica – nel quale sono riportati i moduli che devono essere compilati dal richiedente relativamente ad ogni criterio.

Tutta la documentazione utile a dimostrare la conformità della struttura ai criteri stabiliti viene raccolta in un apposito fascicolo, all'interno del quale deve essere anche contenuta una descrizione dell'uso che il richiedente intende fare del marchio una volta ottenuto.

2) Richiesta ed esame

Accertatosi dell'idoneità della struttura, il richiedente compila l'apposito modulo di richiesta, vi allega il fascicolo ed invia il tutto (in duplice copia) all'organismo competente – il Comitato Ecolabel Ecoaudit. Questo esamina la documentazione, richiede eventuali integrazioni ed effettua, se ritenuto opportuno, una o più visite ispettive presso la struttura candidata.

3) Assegnazione dell'Ecolabel e rinnovo del contratto

Se la domanda ha esito positivo, il Comitato assegna al richiedente, previa sottoscrizione di un apposito contratto e registrazione dello stesso da parte della Commissione Europea, la licenza per l'utilizzo del marchio (la licenza è accompagnata da uno specifico numero a 3 campi: xx/yy/zz; il primo campo identifica lo stato membro – it nel caso dell'Italia – il secondo il codice del gruppo prodotti – 25 nel caso del servizio turistico – e il terzo il numero progressivo di licenza rilasciato per quello specifico gruppo) con validità su tutto il territorio europeo.

Il nominativo della struttura viene dunque inserito nel registro comunitario dei prodotti/servizi Ecolabel.

Il contratto di assegnazione della licenza Ecolabel viene rinnovato con procedura semplificata ogni qual volta i criteri per il relativo gruppo di prodotti subiscono delle modifiche.

Qualora vengano violati i termini contrattuali, l'organismo competente ha la facoltà di sospendere il diritto all'utilizzo del marchio.

Spese di assegnazione e mantenimento del marchio Ecolabel

I costi da sostenere per l'ottenimento e il mantenimento dell'Ecolabel da parte delle strutture ricettive si dividono in **tre categorie**:

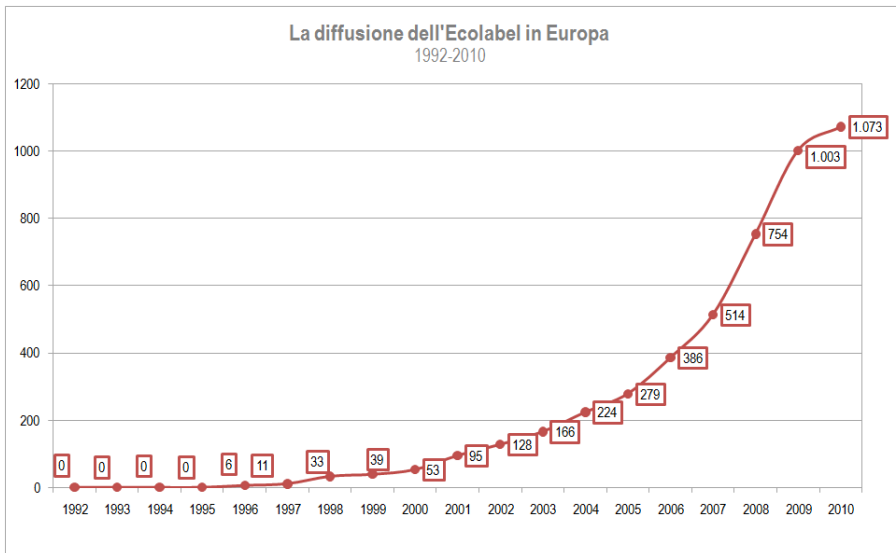
- **spese iniziali**: variabili da caso a caso, sono le spese sostenute dal richiedente per conformarsi ai criteri richiesti e per produrre il fascicolo;
- **diritti per l'esame della domanda**: sono compresi tra i 200 ed i 1.200 euro da versare alla presentazione della domanda di istruttoria; sono previste le seguenti riduzioni:
 - ✓ nel caso di pmi e di operatori dei paesi in via di sviluppo, l'importo massimo di tale diritto non dovrà superare i 600 euro;
 - ✓ nel caso di microimprese, l'importo massimo di tale tasso è pari a 350 euro;
 - ✓ per imprese già in possesso di emas e/o iso14001 è prevista una riduzione del 20%.

- **diritti annuali:** per l'utilizzo del marchio l'organismo competente può richiedere fino a 1.500 euro.

Nel caso delle pmi e di operatori dei paesi in via di sviluppo, tale cifra non può superare i 750 euro e per le microimprese i 350 euro.

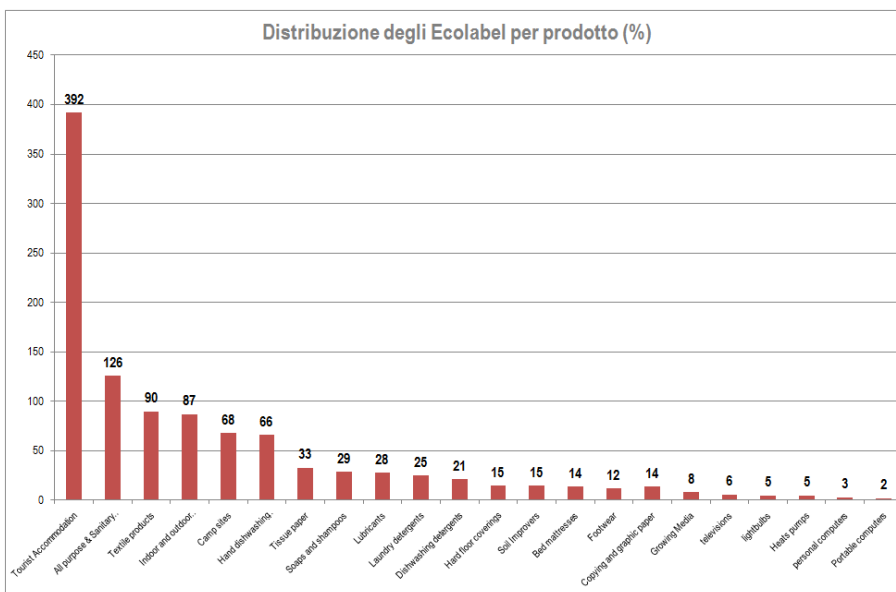
La diffusione del marchio Ecolabel Europeo

Gli Ecolabel concessi in Europa, considerando tutte le tipologie di prodotti e servizi, sono 1073 in 40 paesi.



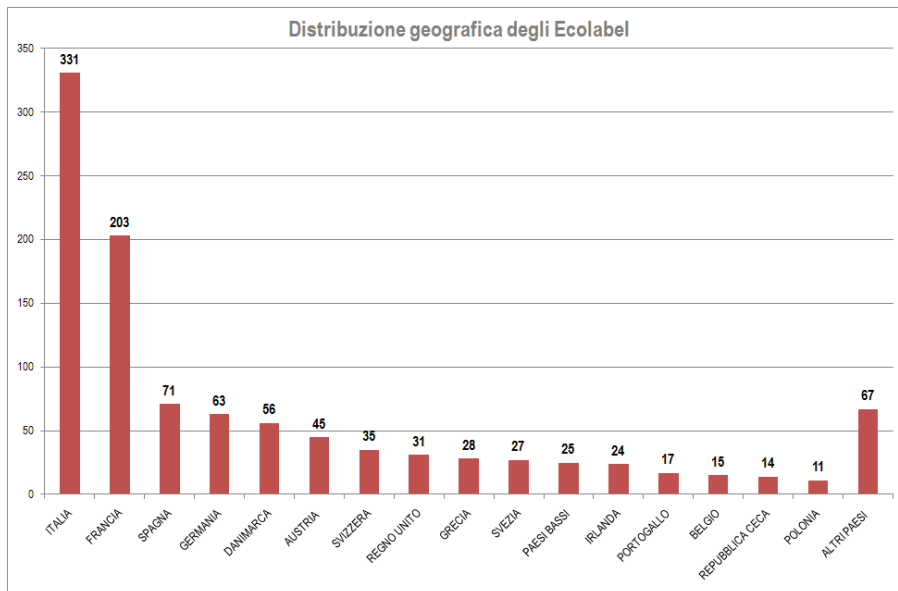
Fonte: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/facts_figures

Tra il 2006 e il 2010 il numero degli Ecolabel assegnati ha registrato una vera e propria impennata.



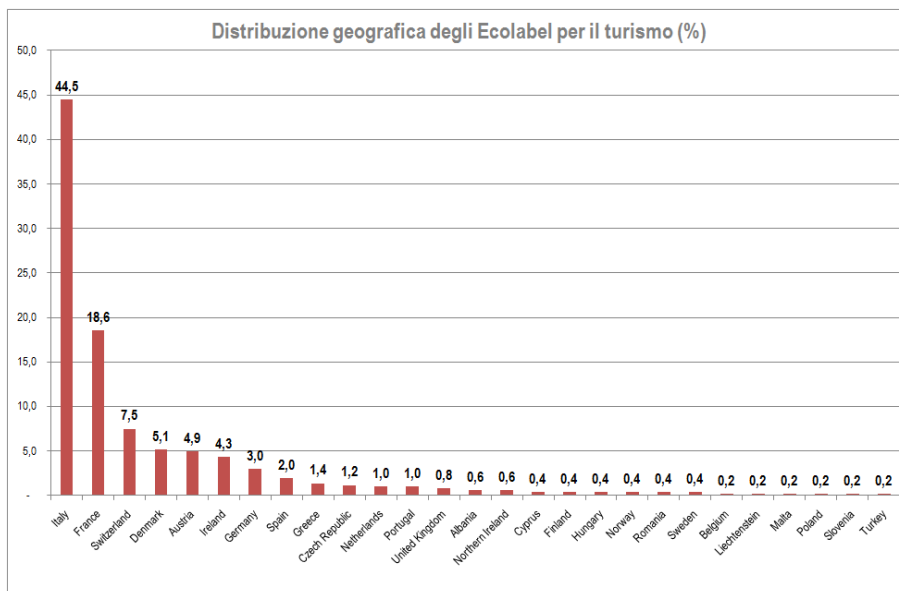
Fonte: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/facts_figures

Attualmente possono richiedere l'Ecolabel europeo 26 gruppi di prodotti servizi. In dettaglio, gli Ecolabel concessi ai servizi di ricettività turistica sono 392, pari al 37% del totale, cui vanno aggiunti i 68 Ecolabel assegnati ai campeggi (6%). A seguire, i detergenti multiuso e per servizi sanitari (126 Ecolabel; 12%) e i prodotti tessili (90 Ecolabel; 8%).



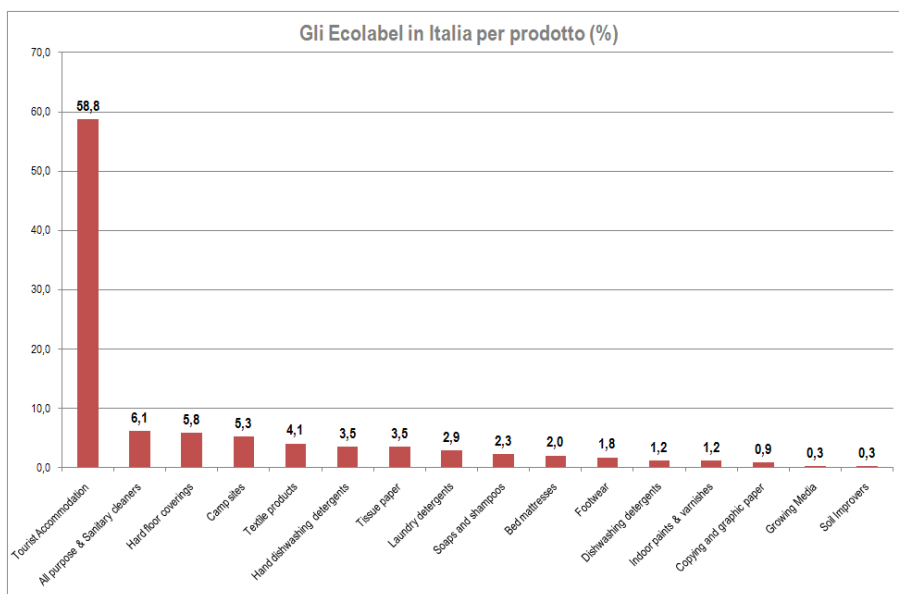
Fonte: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/facts_figures

In Europa, l'Italia rappresenta il paese di eccellenza, con il numero più alto di Ecolabel (331), pari al 31% del totale, seguita da Francia (203 Ecolabel, 19%), Spagna (71 Ecolabel, 7%) e Germania (63 Ecolabel, 6%).



Fonte: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/facts_figures

Se si guarda al solo settore turismo, l'Italia riesce ulteriormente a distinguersi, con ben il 44,5% del totale degli Ecolabel concessi; segue, a notevole distanza, la Francia con il 18,6%.



Fonte: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/facts_figures

Entrando nel dettaglio dell'Italia, la situazione attuale converge verso una notevole concentrazione degli Ecolabel proprio nel settore turismo, con il 58,8% dei marchi concessi ai servizi di ricettività turistica e il 5,3% ai campeggi.

3.1.1 Isnart e il marchio Ecolabel Europeo

Isnart promuove e gestisce la certificazione di qualità Ospitalità Italiana, con l'obiettivo di riconoscere e potenziare la qualità dei servizi e la gestione delle strutture turistiche italiane.

Sin dal 1997, Isnart si è impegnato a monitorare, tra i vari aspetti di analisi, l'approccio eco-compatibile adottato dalle strutture turistiche, quindi la loro capacità di abbracciare logiche operative e di gestione di tipo sostenibile.

In tempi più recenti, l'esperienza maturata sul campo ha portato Isnart a collaborare con l'Ispra - Comitato promotore del marchio Ecolabel Europeo in Italia, in modo da creare sinergie operative in tema di certificazioni ambientali, sancite mediante un apposito Protocollo di intesa.

L'Intesa, che ha come obiettivo principale la promozione e lo sviluppo del marchio Ecolabel Europeo, è incentrata sullo sviluppo di un "sistema di valutazione" capace di identificare il grado di sostenibilità delle strutture turistiche misurando la "distanza" di ciascuna struttura turistica (quindi del sistema di offerta locale nel suo insieme) dall'ottenimento del marchio Ecolabel Europeo (certificabilità).

Il suddetto "sistema di valutazione" ha portato alla sostituzione della sezione "Approccio eco-compatibile" del disciplinare del marchio Ospitalità Italiana, modificata con una nuova scheda di valutazione realizzata appositamente da Ispra.

Il disciplinare del marchio si modella sullo schema della Decisione della Commissione Europea 2009/578/CE del 9 luglio 2009, che stabilisce i criteri ecologici per l'assegnazione del marchio comunitario di qualità ecologica al servizio di ricettività turistica.

Dopo aver ribadito il necessario possesso di taluni requisiti normativi, esso si sviluppa come un sistema di valutazione diviso in 7 sezioni:

- energia
- acqua
- rifiuti
- formazione del personale
- informazione agli ospiti
- eco-acquisti
- altre misure di tutela ambientale

1. Utilizzare lampade a basso consumo energetico².

Le lampade a risparmio energetico hanno un costo iniziale più alto, ma permettono anche un forte risparmio sulla bolletta.

	Lampada fluorescente	Lampada tradizionale
Prezzo iniziale	Circa 10 euro	Anche meno di 1 euro
Durata media	8000 ore	1000 ore
% di elettricità trasformata in luce	20%	4%
Luminosità erogata	Lampada da 20W = 1000 lumen	Lampada da 100W = 1000 lumen

Considerando un costo medio di 0,16 €/kWh, illuminare una stanza per 8.000 ore (circa 4-5 ore al giorno per 5 anni) può costare 132 euro con le lampade ad incandescenza oppure 35 euro con le lampade fluorescenti a risparmio energetico pari ad un risparmio del 73% della spesa per l'illuminazione.

Da sapere

Come smaltire le lampadine a basso consumo energetico: contenendo (seppur) piccole quantità di mercurio, le lampadine a basso consumo energetico sono considerate rifiuti tossici. Per il loro smaltimento, è quindi necessario rivolgersi presso centri di riciclaggio e rivenditori che ritirano gratis le lampade a risparmio energetico.

Quando una lampadina fluorescente si rompe il mercurio altamente volatile si diffonde immediatamente nell'ambiente. Di conseguenza gli esperti raccomandano di ventilare il locale per circa 30 minuti e di non

² In tutta Europa, dal 1 settembre 2009 non è più possibile produrre lampadine ad incandescenza (i punti vendita sono autorizzati ad esaurire le scorte in loro possesso) ed entro il 2012 dovranno essere completamente sostituite da quelle a risparmio energetico.

toccare con le mani nude i frammenti né di eliminarli con l'aspirapolvere, ma con paletta e scopettino, indossando dei guanti e raccogliendo i pezzi in un contenitore ermetico.

I consumi

Ad un maggior costo iniziale per un determinato tipo di lampada, può corrispondere un minor costo di gestione, dovuto a minori consumi e a una vita più lunga.

Gli elementi da considerare per calcolare i costi reali dell'illuminazione sono:

- efficienza (quanta luce fornisce una lampada per ogni watt assorbito)
- consumi
- durata delle lampadine (sostituire le lampade ad incandescenza risulta vantaggioso: l'investimento dovuto all'acquisto delle nuove lampade si recupera in tempi brevi)

L'utilizzo

Migliorare l'illuminazione non significa aumentare la potenza delle lampadine (e quindi i consumi). E' molto più importante determinare la distribuzione delle sorgenti luminose e la giusta qualità della luce.

Come determinare la quantità di luce necessaria in un ambiente? Dipende. La soluzione migliore consiste nel creare una luce soffusa in tutto l'ambiente e intervenire con fonti luminose più intense nelle zone destinate ad attività. È importante anche che le luci non abbagolino né direttamente, né per riflessione. È inoltre possibile aumentare la luminosità e diminuire i consumi se le pareti sono tinteggiate con colori chiari.

Consigli pratici

- Il lampadario centrale per l'illuminazione generale delle stanze non è una soluzione vantaggiosa in termini energetici, soprattutto quando questo è provvisto di molte luci. Dovendo scegliere un lampadario centrale è meglio utilizzarne uno con una luce sola.
- L'illuminazione con lampada da terra o da parete non crea zone d'ombra e dà una luce diffusa.
- Per illuminare sculture, quadri, particolari oggetti, l'illuminazione più idonea è quella data dai faretti che creano un fascio di luce diretta.
- Per le scrivanie sono da preferire le lampade da tavolo con braccio orientabile.
- Nei bagni sono sufficienti plafoniere a soffitto o faretti ad accensione separata, vicino allo specchio.
- Appliques e plafoniere sono una valida soluzione anche per i corridoi e per tutti gli ambienti di transito che non richiedono una forte illuminazione.
- In cucina, oltre all'illuminazione generale, occorre prevedere luci sotto i pensili, sui piani di lavoro e sul piano di cottura da utilizzare solo dove e quando servono.

ESEMPIO DI RISPARMIO SULL'ILLUMINAZIONE INTERNA DI UN ALBERGO

I sistemi di illuminazione pesano generalmente per un 15-25% sui consumi elettrici complessivi di una struttura ricettiva. In un albergo/residence di 40 camere con presenze solo estive (periodo maggio-settembre) e che utilizza illuminazione a incandescenza, in media ritroviamo in ogni camera una potenza installata intorno ai 300 W (2 lampade da 60 W e 5 lampade da 40 W).

Non necessariamente tutte le lampade rimarranno accese contemporaneamente e quindi possiamo ritenere che nelle ore serali (prima e dopo cena) metà della potenza installata venga effettivamente adoperata, ovvero 150 W a camera. Per l'albergo questo significa una richiesta di potenza di 6 kW.

Se le lampade ad incandescenza vengono sostituite da lampade fluorescenti compatte integrate con alimentatore elettronico (2 lampade da 11 W e 5 da 7 W), la potenza complessiva richiesta scende a circa 1,1 kW, con un risparmio dell'80% e la possibilità di ridefinire la potenza impegnata da contratto di 5 kW (intorno a 310 euro annui in meno).

Per un uso medio giornaliero di 4 ore, per il periodo maggio-settembre, il risparmio in energia è complessivamente di 3.000 kWh (corrispondente a circa 400 euro). Pertanto il risparmio medio complessivo sulla stagione è superiore a 500 euro.

La spesa da sostenere è di circa 1.500 euro, recuperabile dunque in meno di 3 anni. La durata delle lampade è superiore alle 8.000 ore (contro le 1.500 ore delle incandescenti), dunque superiore ai 10 anni. A fine vita sarà stata evitata la spesa di almeno 4.500 euro di elettricità.

Qualche informazione in più....

COMFORT LUMINOSO: l'ambiente visivo procura sensazioni di comfort quando permette di distinguere con chiarezza e senza affaticamento gli oggetti nell'ambito di un contesto luminoso gradevole.

Il primo obiettivo è quello di garantire un'ottimale illuminazione naturale, ed in un secondo momento elaborare un buon progetto di illuminazione artificiale.

La luce naturale, infatti, rappresenta un elemento fondamentale per la salute ed il benessere visivo delle persone: regola i ritmi biologici del corpo umano (ritmi circadiani, produzione di vitamina D), permette la percezione del tempo, rende le persone più attive e aumenta la concentrazione nel lavoro. Quindi, la luce

naturale non va considerata come alternativa alla luce artificiale, ma come una delle componenti indispensabile per garantire la sensazione di benessere.

ILLUMINAZIONE ARTIFICIALE: una lampada è un elemento di arredo, sia con il suo funzionamento da accesa durante il giorno sia da spenta; negli anni l'illuminazione è diventata scienza e design.

Anche se non si riesce a raggiungere la perfezione della luce naturale, alcune lampade favoriscono una migliore visione rispetto ad altre, e si avvicinano meglio alla luce solare.

Tutte le lampade attualmente in commercio possono essere suddivise, in base alle modalità con cui viene generata la luce, nelle seguenti categorie:

- ad incandescenza;
- a scarica elettrica in gas (fluorescenza);
- emettitori di luce allo stato solido (come i diodi led).

Lampadine ad incandescenza tradizionali

- Hanno un'efficienza luminosa di **10-15 lumen/watt**;
- Consentono l'**accensione immediata**;
- Se ne può regolare l'intensità luminosa attraverso appositi regolatori (o dimmer);
- Hanno dimensioni contenute;
- Emettono una **luce di tonalità "calda"** e hanno un **elevato indice di resa cromatica** (capacità di far distinguere i colori);
- Sono **economiche al momento dell'acquisto (ma le più costose per quello che riguarda i consumi)**;
- Sono caratterizzate da un'**efficienza luminosa modesta**, in confronto ad altri tipi di lampade; questo avviene perché l'energia assorbita è trasformata in gran parte in calore e solo in minima parte in luce;
- **Con l'invecchiamento emettono sempre meno luce** (pur consumando sempre la stessa quantità di energia) e quindi è bene che, superata la vita media, vengano sostituite;

Lampadine alogene

- Hanno un'efficienza luminosa di circa **15-25 lumen/watt**;
- Durano il doppio di quelle tradizionali, con una **durata media di vita di 2.000 ore**;
- **Sono sempre lampade ad incandescenza, ma caratterizzate da una luce più bianca**, in quanto il filamento è a temperatura più alta e permettono una **eccellente resa dei colori**;
- Sono disponibili in una **notevole varietà di forme e di potenze**;
- A seconda del tipo utilizzato le lampade alogene **possono essere estremamente dispendiose energeticamente oppure utili**;
 - Una lampada alogena direzionale, utilizzata per illuminare direttamente un piano di lavoro, ha un'alta efficienza luminosa ed una luce molto simile a quella solare (più riposante);
 - Un'alogena montata su di una piantana a luce indiretta è un vero vampiro: poca luce, tanto calore e tanto consumo (tipicamente 300-500 Watt).

Lampade a fluorescenza

- Hanno un'**efficienza luminosa di circa 90 lumen/watt**
- A parità di luce emessa, **consumano la quinta parte di una lampada ad incandescenza**
- La durata di **vita media è di circa 10.000 ore**: decisamente superiore a quella delle lampade ad incandescenza (1000 ore). Sono disponibili nelle tonalità di luce calda, bianca, fredda o diurna.
- La "qualità" della luce emessa da queste lampade varia in base al tipo di sostanza fluorescente utilizzata. Negli ultimi anni sono state messe a punto speciali miscele di polveri di alta qualità che consentono di ottenere tonalità di luce simile a quella delle lampade ad incandescenza mantenendo tutti i vantaggi e le caratteristiche del comfort visivo di quest'ultime

Lampade a fluorescenza ad alta frequenza

- Sono caratterizzate da una **durata di vita di circa 12000 ore** e da una **efficienza luminosa di circa 100 lumen/watt**;
- **Si accendono istantaneamente** senza starter;
- **Non provocano sfarfallamento** (un'alternanza tra luce e buio, spesso invisibile, che diventa più visibile nelle lampade in cattivo stato con effetti negativi sul corpo: disturbi alla vista, mal di testa, nausea,...);
- Non si anneriscono alle estremità;
- È possibile regolare il flusso luminoso (dal 10 per cento al 100 per cento) adottando reattori elettronici in una speciale versione (detta "dimming").

Lampadine a fluorescenza compatte elettroniche

- Hanno un'efficienza luminosa che varia da 40 a 60 lumen/watt a seconda del tipo. Ad esempio, **una di queste lampade da 20 watt fornisce la stessa quantità di luce di una lampada ad incandescenza da 100 watt**.
- Hanno una **durata di 10.000 ore**, 10 volte superiore a quella delle lampade ad incandescenza (per la durata delle lampade compatte, comunque, **è importante il numero di accensioni, se molto frequenti e ad intervalli inferiori a 15 minuti, possono ridurre la durata**);
- Sono particolarmente **indicate dove vi sia la necessità di un uso prolungato e senza accensioni troppo frequenti**;
- In queste lampadine è incorporato anche il reattore elettronico, il che rende possibile sostituirle direttamente alle lampade ad incandescenza di cui conservano le **ridotte dimensioni** e la **semplicità di attacco**;

Lampadine al sodio

- La loro **efficienza è molto alta**, circa 10 volte superiore a quelle delle lampade ad incandescenza
- Trovano normale impiego nell'illuminazione stradale, ma **possono prestarsi all'illuminazione di terrazze, giardini, viali d'accesso etc**, quando si vogliono ridurre i consumi e non abbia importanza la resa cromatica dei colori (le lampade al sodio **emettono luce gialla**)

Emettitori di luce allo stato solido

- **I più diffusi sono i LED** (diodi emettitori di luce o fotoemettitori).
- L'emissione di luce avviene senza sviluppo di calore e **sono disponibili in diverse tonalità**
- Una volta erano disponibili solo per la realizzazione di spie luminose o display alfanumerici. Oggi sono apparsi dei tipi ad alta potenza che **iniziano ad essere impiegati per l'illuminazione concentrata di piccole zone**, e sono impiegati in piccoli riflettori o in lampade tascabili.
- **La loro durata è pressoché eterna e il consumo molto basso**. Le potenze disponibili sono ancora basse, al massimo poche unità di watt, ma si può ben sperare in sviluppi futuri.

La “qualità” della luce dipende essenzialmente dalla sua tonalità e dall’indice di resa cromatica.

La tonalità di luce emessa da una lampada è caratterizzata dalla “temperatura di colore”, espressa in gradi Kelvin (K).

Vengono definite:

- a tonalità “calda” le lampade con temperatura di colore compresa tra 2000 e 3000 K,
- a tonalità “neutra o bianca” le lampade con temperatura di colore compresa tra 3000 e 5000 K,
- a tonalità “fredda” le lampade con temperatura di colore superiore a 5000 K.

Nei locali illuminati con lampade a luce “fredda” si devono prevedere valori d’illuminazione superiori a quelli che sarebbero sufficienti nel caso d’impiego di sorgenti a luce “bianca” o “calda”. In caso contrario l’illuminazione potrebbe infatti conferire all’ambiente un aspetto poco accogliente.

L’indice di resa cromatica (Ra) definisce in che misura la luce emessa da una sorgente luminosa consente di apprezzare le sfumature di colore degli oggetti illuminati. Al riguardo le lampade vengono classificate con un indice numerico compreso tra 0 e 100: quanto più tale indice si avvicina a 100 tanto più la sorgente luminosa consente l’apprezzamento delle sfumature di colore.



Hotel Domus De Janas - Bari Sardo (OG)

2. Abbassare la temperatura di 1°C significa risparmiare dal 5% al 10% dell'energia elettrica.

Per attenuare il surriscaldamento delle pareti dovute all'esposizione diretta al sole, un accorgimento semplice e facile da attuare, svolgendo anche una funzione decorativa, è quello di piantare dei rampicanti come la passiflora e la buganvillea; queste, attaccandosi e crescendo lungo le pareti, arrivano ad abbassare la temperatura anche di 10°C a tutto vantaggio del minor uso dei condizionatori.

Qualche informazione in più....

L'arte di rivestire le pareti di piante rampicanti esiste da secoli.

Lo strato di piante aumenta l'isolamento termico dell'edificio, limitando le dispersioni di calore verso l'esterno nel periodo invernale, e riducendo il surriscaldamento nella stagione estiva.

- In estate, una copertura verde raramente raggiunge temperature superiori ai 25°, contro gli 80° che può raggiungere una copertura tradizionale. Questo si riflette direttamente sui carichi termici cui deve far fronte l'impianto di condizionamento dell'edificio, con notevoli risparmi elettrici. La copertura verde, contrariamente alle coperture chiare utilizzate per evitare di attirare i raggi del sole, non presenta effetto albedo, cioè non riflette la radiazione solare, creando fastidiosi effetti di riverbero.
- Il verde protegge dagli agenti atmosferici, con un aumento della vita media degli stati impermeabilizzanti e isolanti sottostanti.
- La vegetazione contribuisce a migliorare il fonoisolamento e il fonoassorbimento, riducendo la propagazione del rumore verso l'interno dell'edificio e si assorbe parte del rumore all'esterno, migliorando la vivibilità dell'ambiente circostante.
- Piante e terriccio riescono ad immagazzinare quantità considerevoli di acqua, che in parte viene utilizzata dalla vegetazione e in parte evapora. L'evaporazione (dallo strato terroso) e l'evapotraspirazione (dalle foglie delle piante) influiscono sul microclima circostante l'edificio, abbassando la temperatura, umidificando l'aria.
- Le piante assorbono e trattengono parte delle polveri sottili presenti nell'aria. Inoltre, tramite il processo di fotosintesi clorofilliana, assorbono anidride carbonica ed immettono nell'aria ossigeno.

Anche una piccola porzione di verde, dunque, contribuisce a disinquinare l'ambiente o quantomeno a rendere più vivibili le aree nelle immediate vicinanze.

- La copertura verde contribuisce ad assorbire acqua piovana, alleviando immediatamente il carico della rete fognaria.

3. Spegnerne completamente le attrezzature non utilizzate, evitando di lasciarle in stand-by

L'uso in albergo di televisori, decoder, impianti stereo, computer con relativi accessori (stampante, modem) e di mezzi di telecomunicazione (fax, segreterie telefoniche), comporta un consumo complessivo non trascurabile.



Si tratta di consumi per lo più nascosti, le cui potenze assorbite non sono alte, ma prolungate nel tempo, in quanto avvengono quando l'apparecchio è ritenuto "spento".

I consumi derivano dalla modalità "standby" o perché nei trasformatori di alimentazione avvengono dissipazioni (computer, hi-fi, modem).

I consumi da standby o off possono anche raggiungere il 50% del consumo complessivo.

La riduzione dei consumi dei dispositivi elettronici richiede:

- **educazione di ospiti e personale** nel porre attenzione alle modalità d'uso degli apparecchi;
- **apparecchiature a basso consumo** e con gestione automatica dei consumi.

Risparmi consistenti possono derivare anche solo da:

- Accensioni/spegnimenti ragionati
- l'accensione/spegnimento ripetuto di un computer non lo danneggia;
- stampanti laser e fotocopiatrici consumano molto anche quando sono in standby (tra i 60 W e i 150 W), quindi andrebbero spente per pause prolungate;
- spegnere gli apparecchi significa meno calore, meno rumore, meno radiazioni (quindi meno ozono nel caso di stampanti laser e fotocopiatrici).
- Dispositivi di standby efficienti
- dotare pc, stampanti, fax, fotocopiatrici, TV, di standby di 1 W (in genere si va dai 3 ai 10 fino ai 30 W per una fotocopiatrice) si traduce in un risparmio del 31% per il televisore più efficiente al 50% per il computer più efficiente;

- in alcuni casi (tipicamente computer e fotocopiatrici), è importante che la modalità di standby sia attivata già al momento dell'installazione e se ne verifichi l'effettiva funzionalità.

Potenza assorbita da TV e PC – apparecchi elettronici comunemente utilizzati

Apparecchio	Potenza assorbita in modalità on [W]	Potenza assorbita in modalità standby [W]	Potenza assorbita in modalità off [W]
TV			
Bassa Efficienza	70	15	0
Media efficienza	70	10	0
Alta efficienza	70	4	0
PC			
Bassa Efficienza	90	Non attiva	10
Media efficienza	90	30	5
Alta efficienza	90	15	0

4. Evitare di coprire i termosifoni con mobili o tende

I termosifoni sotto la finestra aiutano a riscaldare le pareti più fredde, ma tendono anche a lavorare di più;



la presenza delle tende davanti ai termosifoni imprigiona l'aria calda tra i vetri e le tende, ossia nelle zone più fredde e meno vissute dalla stanza. In queste condizioni, per riscaldare le camere la caldaia dovrà lavorare più a lungo, consumando una maggiore quantità di gas e aumentando la spesa sulla bolletta.

5. Posizionare correttamente il frigorifero/congelatore e curarne la manutenzione

Occorre ribadire che la struttura ricettiva dovrebbe utilizzare apparecchiature elettriche (frigoriferi, lavatrici, lavastoviglie, etc) di classe A, ovvero a basso consumo energetico.

Per ciò che concerne i frigoriferi, si forniscono piccoli suggerimenti al fine di assicurarsi un utilizzo efficiente:

- posizionare il frigorifero o il congelatore in **luoghi aerati** (lasciare almeno dieci centimetri tra la parete e il retro dell'apparecchio), lontano da fonti di calore (finestre, termosifoni, ecc.);
- sostituire le **guarnizioni** della porta di chiusura del frigorifero se sono deteriorate;
- rimuovere regolarmente la **polvere** che si può depositare sulla serpentina (sul retro del frigorifero),



in modo da consentire un miglior scambio termico con l'aria. La serpentina, se impolverata, può sprecare anche il 30% di elettricità in più;

- sbrinare regolarmente il congelatore: uno strato di **brina** superiore ai 5 mm circa funziona da isolante e fa aumentare quindi i consumi energetici dell'apparecchio anche del 10%;
- regolare la **temperatura** del frigorifero tra 1° e 4°C e del congelatore a -18°C. Ogni grado al di sotto di queste temperature non ha alcun effetto sulla conservazione dei cibi, ma aumenta i consumi del 5%.

Esempio di risparmio sulla piccola refrigerazione di un albergo

In un albergo/residence di 40 camere con presenze solo estive (periodo maggio-settembre) ogni camera è dotata di frigorifero senza scomparto ghiaccio, di piccole dimensioni (circa 150 litri).

Se il frigorifero è di classe di efficienza C, consuma mediamente, nel periodo maggio-settembre, circa 100 kWh. E' facile comunque trovare casi di efficienza inferiore.

Se al prossimo ricambio degli apparecchi **si sostituisce il frigorifero di classe C con uno nuovo di classe A di efficienza energetica**, si risparmierebbero mediamente 50 kWh ad apparecchio, ovvero 2.000 kWh complessivi per l'albergo (con un risparmio economico di 250 euro).

Il costo aggiuntivo di un frigorifero di classe A non supera i 25 euro di un apparecchio di classe di efficienza energetica più bassa, per cui nel giro di 3-4 anni l'intero investimento verrebbe recuperato.



6. Controllare costantemente che i filtri dei condizionatori e dei fan coil siano sempre puliti.



Filtri sporchi, infatti, producono un maggior dispendio di energia e trattenendo polvere, acari, pollini, sostanze inquinanti, possono essere dannosi per la salute

7. Pulite regolarmente gli apparecchi di illuminazione.

Polvere e fumo si depositano riducendo anche fino al 20% la quantità di luce normalmente emessa.

8. Prestare attenzione alle dispersioni dalle porte, dalle finestre e dai muri.

Utilizzando delle guarnizioni di spugna isolante si possono fermare gli spifferi d'aria provenienti dalle porte e dalle finestre.

Anche i cassonetti delle tapparelle rappresentano uno dei punti dove maggiore è la dispersione di calore; un loro corretto isolamento può avere grossi vantaggi sulla bolletta dell'energia elettrica.

Se vi sono caloriferi collocati contro le pareti che danno verso l'esterno, è vantaggioso inserire dietro di essi un pannello isolante con la parte riflettente rivolta verso l'interno.

9. Utilizzare energia da fonti rinnovabili. Cosa sono e come funzionano i certificati RECS.

I certificati RECS, che hanno un taglio pari a 1MW/h, sono titoli che attestano l'impiego delle fonti



rinnovabili (Direttiva Comunitaria 2001/77) per la produzione di energia elettrica e favoriscono la produzione di energia elettrica da fonte rinnovabile dagli impianti che altrimenti non avrebbero le condizioni economiche per continuare a produrre energia "verde".

Sottoscrivendo un contratto con uno dei 37 operatori³ che in Italia per l'anno 2010 partecipano al sistema RECS, il

³ A2A, AB ENERGIE, ACEAELECTRABEL TRADING, AET ITALIA, AGSM ENERGIA, AGSM VERONA, ALPIQ ENERGIA ITALIA, BLUE META, C.V.A. TRADING, DUFERCO ENERGIA, DYNAMEEETING, EDELWEISS ENERGIA, EDISON TRADING, EGL ITALIA, ELECTRA ITALIA, ENEL TRADE, ENERG.IT, ENI, E.ON ENERGY TRADING, E.ON PRODUZIONE, ERG

cliente ottiene la certificazione RECS (ovvero annulla un numero equivalente di certificati RECS) per tutto il quantitativo di energia elettrica consumato nell'anno.

A proposito delle fonti rinnovabili...

Non esiste una definizione univoca dell'insieme delle fonti rinnovabili, esistendo in diversi ambiti diverse opinioni sull'inclusione o meno di una o più fonti nell'inclusione delle "rinnovabili". Secondo la normativa di riferimento italiana, vengono considerate "rinnovabili": "...il sole, il vento, le risorse idriche, le risorse geotermiche, le maree, il moto ondoso e la trasformazione in energia elettrica dei prodotti vegetali o dei rifiuti organici e inorganici".

Una distinzione che spesso viene fatta in tale ambito è quella tra fonti rinnovabili "classiche" (essenzialmente idroelettrico e geotermia) e fonti rinnovabili "nuove" (anche dette NFER), tra cui vengono generalmente incluse l'energia eolica, solare e da biomassa.

ENERGIA RINNOVABILE. Forma di energia il cui utilizzo non comporta l'esaurimento della sorgente in un tempo finito, al punto che le fonti di energia rinnovabile possono essere considerate virtualmente inesauribili.



ENERGIA NON RINNOVABILE. Forma di energia proveniente da fonti con disponibilità limitata nel tempo.



Le principali energie non rinnovabili sono:

- energia derivante dai combustibili fossili;
- energia nucleare immagazzinata nei materiali radioattivi.

10. Regolare la temperatura del termostato della caldaia.



Impostate il termostato della caldaia in modo da produrre acqua calda a non più di 60°C di inverno e 45°C d'estate.

POWER & GAS, ESPANSIONE, EUSEBIO ENERGIA, EXERGIA, IDROELETTRICA LOMBARDA, IRIDE MERCATO, ITALGEN, ITAL GREEN ENERGY, LINEA PIU', MULTIUTILITY, NIGGELER & KUPFER ENERGIA, NVALUE, SELTRADE, TRADECOM, TRENTA, UTILITA', ZENERGIA.

11. Installare sensori di presenza.



Sostituire i normali interruttori con sensori di presenza che accendono le lampade solo quando effettivamente necessario in locali di passaggio o toilette.

RIDURRE IL CONSUMO DI ACQUA

1. Curare la manutenzione delle docce e dei rubinetti.



Un rubinetto che perde una goccia d'acqua ogni 5 secondi, a fine anno ne avrà sprecata 2000 litri. Cambiando le guarnizioni o sostituendo i rubinetti che hanno piccole perdite (sono interventi poco costosi e che non richiedono grande perizia) si può eliminare questo spreco. Analogamente, una perdita da uno scarico del wc può costare circa 750 euro l'anno.

2. Effettuare controlli periodici sullo stato dell'impianto idrico.



E' sufficiente controllare il contatore dell'acqua nel momento in cui tutti i rubinetti sono chiusi. Se continua a girare è probabile che ci sia una perdita nell'impianto.

3. Installare erogatori a basso flusso e rompigetto aerati nei rubinetti o nella doccia

Sono miscelatori che, mischiando l'acqua in uscita con l'aria, consentono di consumarne il 40-60% in meno, comportano piccole spese e non modificano le abitudini. Chi usa il getto d'acqua non percepisce alcuna differenza ma il consumo complessivo d'acqua è inferiore.

Si arriva a risparmiare quasi la metà dell'acqua utilizzata.

4. Ridurre il getto dello scarico del wc



Lo sciacquone del water a scarico unico consuma ad ogni getto circa 10 litri d'acqua. Per ridurlo è sufficiente porre nella cassetta una bottiglia di plastica piena e chiusa per diminuirne il volume.

5. Raccogliere l'acqua piovana



Hotel Domus De Janas - Bari Sardo (OG)

L'acqua piovana può essere raccolta e incanalata verso il proprio giardino o in cisterne di raccolta per consentire un utilizzo successivo. L'acqua piovana è gratuita, usarla con razionalità equivale a risparmiare l'acqua degli acquedotti e molti euro sulla bolletta.

6. Prevedere il cambio asciugamani/lenzuola su richiesta del cliente

Adottando questo accorgimento nei casi di permanenze nella struttura ricettiva superiori ad una notte, si risparmiano acqua, energia, detersivi e si riducono le emissioni di CO₂ e di sostanze inquinanti nell'ambiente.

L'asciugamani per terra dice: "Per favore cambiare"; l'asciugamani sul portasciugamani dice: "Verrà usato ancora".

7. Alcuni accorgimenti nella manutenzione dei giardini

- Evitare di tagliare l'erba del prato troppo corta; i ritagli d'erba possono essere utilizzati per trattenere l'umidità nel terreno.
- Innaffiare le piante nel primo mattino o nel tardo pomeriggio per ridurre la quantità d'acqua che si spreca con l'evaporazione.
- Per pulire i sentieri, locali esterni e i bordi del giardino utilizzare la scopa invece della pompa dell'acqua.

Produzione di acqua calda sanitaria in una struttura ricettiva

I consumi elettrici associati alla produzione di acqua calda sanitaria sono in generale molto elevati per una struttura ricettiva. Buona parte dei consumi è dovuta a un comportamento energeticamente poco oculato da parte dell'ospite, che il più delle volte regola il termostato dell'apparecchio su temperature elevate, e ritiene di consumare meno tenendo sempre acceso lo scaldabagno o preferisce tenerlo acceso per ragioni di comodità.

In questo modo, però, gran parte dei consumi non è legata all'acqua calda effettivamente adoperata, ma alle perdite di calore attraverso le pareti dello scaldabagno, perdite che sono tanto più elevate quanto più si forza lo scaldabagno ad operare ad elevate temperature.

Tra le possibilità immediate che si offrono, quindi, per ridurre i consumi elettrici nella produzione di acqua calda sanitaria (ACS) ci sono sostanzialmente quelle di:

- passare a tecnologie efficienti (apparecchiature con buon isolamento termico);
- installare timer per la gestione dei carichi (che consentono tipicamente l'accensione programmata notturna, due o tre ore prima dell'utilizzo al mattino).

I risparmi ottenibili con queste tecnologie sono almeno del 30%, fino al 50%-60%.

Tuttavia, le soluzioni che risultano più efficaci in termini di riduzione dei consumi e delle emissioni sono quelle di sostituzione dello scaldabagno elettrico con uno scaldabagno a gas o uno alimentato da pannelli solari termici.

Esempio di risparmio per la produzione di acqua calda sanitaria in un albergo

In un albergo/residence di 40 camere con presenze solo estive (periodo maggio-settembre) ogni camera è dotata di scaldabagno elettrico di 60 litri. Se l'apparecchio è tenuto acceso per 24 ore si può stimare un consumo caratteristico di 460 kWh per ogni apparecchio nel periodo maggio-settembre (presenza media di 2 persone per camera).

Se l'apparecchio fosse dotato di timer che disinserisce l'alimentazione in serata e nella notte (e riaccensione mattutina), si può stimare una riduzione dei consumi di un 20%, grazie alla eliminazione delle perdite notturne: circa 90 kWh risparmiati per scaldabagno sull'intera stagione. Complessivamente si avrebbe un risparmio di 3.600 kWh (circa 450 euro, con prezzo medio del kWh di 0,13 euro).

Il costo per l'acquisto dei timer è di circa 1.000 euro, con un recupero dell'investimento in un paio d'anni (contro una durata dei timer di almeno 6-7 anni).

L'utilizzo dei timer consentirebbe, peraltro, di evitare che tutti gli scaldabagni siano accesi contemporaneamente: durante la giornata si può eseguire una accensione e spegnimento orario, facendo in modo che solo la metà degli scaldabagni sia accesa nello stesso tempo.

Questo accorgimento consentirebbe di ridurre la potenza installata (e impegnata) di oltre 20 kW (con un risparmio annuo dell'ordine di 1.300 euro).



RIDURRE E RICICLARE I RIFIUTI



Un torsolo di mela si degrada il 3-6 mesi
Una bottiglia di plastica si degrada in 100-1.000 anni
Un fazzoletto di carta si degrada in 3 mesi
Una lattina si degrada in 10-100 anni
Un giornale si degrada in 3-12 mesi
Una bottiglia di vetro si degrada in 4.000 anni
Un filtro di sigaretta si degrada in 2 anni

1. Effettuare la raccolta differenziata dei rifiuti

RIFIUTI ORGANICI



Hotel Domus De Janas - Bari Sardo (OG)

Tra i rifiuti organici vanno i rifiuti alimentari, gli scarti di cucina, i residui delle potature, i fiori secchi e le piante.

Questi rifiuti possono essere recuperati attraverso compostaggio. Utilizzando gli appositi compostatori, si ottiene terriccio fertile completamente naturale utile per concimare le aree verdi.

In particolare, per quelle strutture che possiedono un giardino/orto, può essere più indicata la tecnica del cumulo o conciumaia, da farsi a una certa distanza dalle unità abitative; si possono ottenere buoni risultati anche con gabbie autocostruite in legno o altri materiali.

Alcuni prodotti di carta non riciclabili (fazzolettini, tovagliolini e confezioni di cartone per le uova) possono essere aggiunti al terriccio compostato. Le fibre di cui è fatta la carta favoriscono l'aerazione del compost e quindi accelerano il processo di decomposizione da parte dei microrganismi.

CARTA E CARTONE



Partecipare alla raccolta differenziata della carta vuol dire salvare molti alberi, ma bisogna farlo in modo corretto per evitare di invalidare il processo di riciclaggio.

SI'	NO
Giornali, riviste, quaderni	Carta carbone
Libri vecchi, sacchetti di carta, carta da pacco	Carta oleata o unta
Fotocopie e fogli vari, avendo la cura di togliere parti adesive, coperte plastificate e punti metallici	Carta cerata
Scatole di cartoni piegati	Cartoni del latte e di succhi di frutta in tetrapak (carta accoppiata a materiali plastici)



VETRO

Riciclare una bottiglia di vetro frantumata comporta un costo ed un inquinamento 5 volte superiori al lavaggio e sterilizzazione della stessa restituita intera.

Ricordate di lavare bottiglie e vasetti di vetro, stando attenti a togliere i tappi.

PLASTICA

In discarica la plastica occupa, a parità di peso con gli altri rifiuti, uno spazio maggiore, pari a circa il 25% del volume e praticamente non si decompone.

Anche se teoricamente tutte le plastiche sarebbero riciclabili (per legge ogni oggetto di plastica dovrebbe riportare un marchio con il tipo), i macchinari degli attuali impianti spesso trattano solo alcuni tipi di rifiuti e solo alcune plastiche: PET, PVC, PE.

Le bottiglie in plastica (PET, PVC, PE) e i flaconi di detersivi vanno sciacquati e schiacciati nel senso della lunghezza, chiusi con il loro tappo, anch'esso riciclabile, e riposti nel cassonetto per la raccolta della plastica. Rimangono esclusi da questa raccolta gli arredi, i giocattoli, le custodie per CD, piatti, bicchieri, posate in plastica, portadocumenti, accessori per auto, bidoni e cestini, borse e zainetti.

ALLUMINIO

Il riciclo dell'alluminio impiega 20 volte meno energia della produzione ex-novo. Possono essere raccolti: lattine per bevande e per alimenti con simbolo AL (tonno, carne, pesce conservato, legumi e cereali lessati), lattine contenenti cibo per animali, vaschette in alluminio (dolci, surgelati, alimenti vari), fogli sottili (coperchi di yogurt, alluminio per alimenti), bombolette di deodoranti, lacche e panna (senza i nebulizzatori di plastica), capsule e tappi per bottiglie di olio, vino, liquori, bibite.

ACCIAIO

Con 19.000 barattoli in acciaio si può produrre un'automobile.

Negli appositi contenitori per l'acciaio si possono raccogliere: lattine di legumi in genere, conserve, frutta sciroppata, lattine di tonno, sardine, olio d'oliva, carne, alimenti per animali, alcune bevande e caffè, bombolette spray per alimenti e prodotti per l'igiene personale, chiusure metalliche per vasetti di vetro (come quelle delle confetture, delle marmellate, del miele e delle passate di pomodoro), tappi a corona applicati sulle bottiglie di vetro, scatole in acciaio utilizzate per le confezioni regalo (di biscotti, cioccolatini, caramelle, dolci e liquori).

INDUMENTI, TESSUTI e BIANCHERIA USATA

La biancheria e gli indumenti usati possono essere riciclati in vario modo, recuperati alla loro funzione oppure come fonti di materiali riutilizzabili per imbottiture o altre lavorazioni.

PILE



Le pile contengono elementi chimici che avvelenerebbero l'ambiente se abbandonati in maniera irresponsabile. Quando è arrivato il momento di sostituire le pile dei telecomandi e degli altri apparecchi portatili che ne prevedono l'utilizzo, è possibile portarli a qualche negozio vicino alla struttura. Infatti, ogni negozio o supermercato che vende pile ha un apposito contenitore per la raccolta di quelle esaurite.

OLI RESIDUI

Riciclare l'olio esausto (il residuo dell'olio di frittura) è importante perché inquina e perché la normativa vigente lo classifica come rifiuto speciale, prevedendone il recupero, il riciclaggio e il riutilizzo delle varie componenti.

Prima di raccogliere gli oli residui, aspettate che si raffreddino.

CARTUCCE PER STAMPANTI



Le cartucce usate di inchiostri per stampanti a getto e di toner per fotocopiatrici e stampanti laser sono rifiuti speciali che vanno smaltiti da operatori autorizzati, che nella maggior parte dei casi provvedono a rigenerare le cartucce e rimetterle in commercio, evitando così che migliaia di cartucce finiscano in discarica e che vengano consumati inutilmente ettolitri di petrolio (basti pensare che per produrre una cartuccia nuova servono 4,5 litri di petrolio, mentre non ne servono per ricostruirne una).

Modalità di recupero

Per la raccolta ed il trasporto di questi rifiuti devono essere utilizzati imballi tipo "eco-box" non pallettizzato, muniti di coperchio e sigillo ed idonei ad impedire la dispersione di liquidi e di polveri, con dimensioni massime pari a 35 cm\35 cm\70 cm e con un peso complessivo (imballo e rifiuti contenuti) non superiore a 30 kg.

Le cartucce esauste devono essere riposte nell'imballaggio lasciato vuoto dal nuovo prodotto e depositate nell'apposito contenitore. Si possono inserire nell'apposito contenitore anche i toner per fotocopiatrici che

però devono essere racchiusi in buste di plastica per evitare dispersioni di polvere o inchiostro all'interno del sacco.

I prodotti raccolti temono in modo particolare la luce e l'eccessivo calore. Lo stoccaggio, pertanto, dovrà essere effettuato in luogo asciutto, non esposto agli agenti atmosferici e non sottoposto ad eccessivi sbalzi termici.

MEDICINALI SCADUTI

Potete restituire i medicinali scaduti alle farmacie e agli ambulatori delle ASL, che dispongono degli appositi contenitori per la raccolta differenziata dei farmaci.

Riciclare è bene, ma produrre meno rifiuti è sicuramente meglio!

L'impegno coinvolge tutti. I produttori dovrebbero progettare le merci per farle durare più a lungo (un frigorifero oggi dura in media molto meno di un modello di 20 anni fa!), usando materiali a basso impatto ambientale e considerando che ogni oggetto se ben ideato può essere riparabile.

Secondo le stime dell'UE, l'80% delle ricadute ambientali di un prodotto ha origine in fase di progettazione, quando si scelgono i materiali e i metodi costruttivi.

2. Apporre contenitori appositi per la raccolta differenziata anche nelle camere ospiti

Separare i rifiuti per il riciclaggio anche nelle camere (plastica, vetro, carta e cartone, ...); in media, un hotel-ristorante produce 5m³ di rifiuti per camera per anno.

3. Limitare l'utilizzo dei prodotti "usa e getta"



I prodotti "usa e getta" sono tra i principali responsabili del mancato rispetto della prima delle tre R fondamentali del "riduci, riusa, ricicla".

Al posto di tovaglioli di carta, fazzoletti, stoviglie e bicchieri di plastica è preferibile l'utilizzo di mise en place durevole, che del resto denota una maggiore attenzione al cliente.

Un coperto che includa piatti, posate, tovaglioli e bicchieri monouso, provoca la produzione di 50 gr di rifiuti non riciclabili, in quanto si tratta di frazioni che non possono essere conferite nella raccolta differenziata e

che finiscono, quindi, necessariamente in discarica o per essere incenerite, con un costo economico per la collettività e significativi impatti per l'ambiente.

All'interno dei bagni, sostituire i bicchieri portaspazzolino in plastica (spesso avvolti in bustine di cellophane) con bicchieri in vetro o anche in materiali tipici della vostra località, che fungeranno anche da piacevoli elementi decorativi.

4. Ridurre l'utilizzo degli imballaggi e limitare l'utilizzo delle monoporzioni



Il 50% dei rifiuti prodotti si compone delle confezioni che avvolgono i prodotti (alimentari e non solo), che tra l'altro ne aumentano il costo anche del 30%.

A parità di prodotto contenuto, le monoporzioni richiedono maggiori quantità di imballaggio rispetto ai prodotti in formato famiglia erogati successivamente attraverso appositi dosatori, con conseguente maggiore produzione di rifiuti.



Soprattutto nei prodotti di marca confezionati, il prezzo dell'imballaggio incide non poco sul prezzo del prodotto: per esempio, il risparmio ottenibile con l'acquisto di yogurt in formato famiglia rispetto ad un'analogha quantità di vasetti da 125 gr è dell'ordine del 25/30%.

La sola sostituzione delle bustine di zucchero monodose con il dosatore in vetro, può consentire una riduzione della produzione di rifiuti di 10-20 kg ogni anno in un albergo di medie dimensioni.

I dosatori, per tutti quei prodotti che possono essere dati sfusi (zucchero, miele, marmellata, cacao, biscotti, cereali) devono garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei prodotti e impedire il contatto diretto con l'ambiente esterno.



5. Ritornare al vuoto a rendere

Fino ad una ventina di anni fa il vuoto a rendere era comune anche in Italia, soprattutto per le bottiglie in vetro del latte fresco. La bottiglia costava poche lire, e la si pagava insieme al latte solo la prima volta. La si riportava vuota al negozio al momento di acquistare di nuovo il latte; se si desiderava restituirla definitivamente, si ricevevano indietro le poche lire spese la prima volta per procurarsela.

Poi sono arrivati i materiali alternativi per i contenitori, come il PET ed il tetrapak, e il sistema è stato messo in un angolo.

Invece, il vuoto a rendere sui contenitori, vetro o altro, è una soluzione semplice per diminuire la quantità di rifiuti prodotta e accrescere il riuso.

6. Preferire gli alimenti di stagione e i prodotti locali

Gli acquisti di frutta e di verdura fresche di stagione richiedono un basso consumo energetico per la produzione, la conservazione ed il trasporto, necessitano di poco imballaggio e permettono di acquistare le quantità volute secondo le necessità.



In dettaglio, i “menu a km zero” sono menu composti da piatti preparati con alimenti prodotti sul territorio provinciale o regionale. L’espressione “km zero”, ideata da Coldiretti, indica il fatto che devono percorrere solo una breve distanza prima di giungere sulla tavola del locale. Difatti, la distribuzione commerciale dei prodotti alimentari, con i lunghi trasporti e

le inefficienze di natura logistica, è tra le principali responsabili dell’emissione di gas ad effetto serra su scala globale. Scegliere alimenti prodotti sul proprio territorio significa dunque contribuire a ridurre l’inquinamento.

7. Preferire l’acqua del rubinetto a quella in bottiglia

Se non è possibile servire acqua dal rubinetto, per esempio nelle camere, dove diventa più agevole riempire il frigobar con bottigliette d’acqua da ½ litro, per la prima colazione e durante gli altri pasti (nel caso degli hotel-ristorante) è possibile risparmiare, sia in termini di costi che di rifiuti.



Infatti, proporre ai clienti l’alternativa di scelta tra acqua minerale e acqua di rete (a prezzi contenuti o gratuitamente), anche di alta qualità e microfiltrata, può costituire un fattore competitivo per l’albergo-ristorante, oltre che di immagine. Si pensi alla clientela straniera (come quella tedesca, statunitense e australiana,...) abituata già

nei paesi di origine ad una maggiore attenzione a questi aspetti, sia ambientali sia economici.

In tal caso, si potrebbero utilizzare delle brocche con il vostro logo e la dicitura “Albergo/Albergo-Ristorante sostenibile”, che diventano anche strumenti per un’efficace comunicazione alla clientela.

E se qualcuno non gradisce il sapore dell’acqua di rubinetto? Allora occorre ricordare che il cloro è un gas: evapora facilmente se l’acqua viene fatta riposare in un una caraffa per qualche minuto prima di berla!

8. Il vetro invece della plastica....

Il vetro è un elemento ecologico che mantiene inalterato il gusto e la freschezza del prodotto che contiene, forma uno schermo protettivo contro i batteri e rispetta l'ambiente essendo riciclabile al 100% e all'infinito.

Il vetro è puro al 100%. E' fatto di tre diversi elementi naturali e atossici: silice, soda e calce. Un contenitore in vetro può passare dalla campana del riciclo allo scaffale del negozio in meno di 30 giorni!

Realizzare "nuovo" vetro da quello riciclato richiede il 40% in meno di energia rispetto a creare il vetro dalle materie prime.

Il vetro è inodore: ecco perché i profumi sono confezionati solo in boccette di vetro - quest'ultimo non interferisce con la fragranza. Il vetro, inoltre, è privo di sapore proprio, ed ecco perché è ideale per la degustazione del vino.

9. Preferire il sistema "alla spina"



Cresce sempre più il numero di prodotti in vendita "alla spina" i punti vendita che si attrezzano per soddisfare a questa richiesta. Tra questi, il latte, la pasta, il riso, i cereali, la frutta secca, le bevande, i detersivi e i detergenti per l'igiene personale, che è possibile acquistare da grandi dispenser con appositi contenitori riutilizzabili.

In questo modo, si acquistano prodotti senza imballaggio, contribuendo a ridurre la produzione dei rifiuti, a risparmiare materie prime ed energia e si acquistano prodotti ad un prezzo inferiore rispetto al corrispettivo confezionato.

In pratica...	Fa la differenza perché...
<ul style="list-style-type: none">✓ dotare le camere di dosatori di sapone per il lavandino e per la doccia in luogo di saponette e confezioni monodose,✓ mettere a disposizione dei clienti solo bicchieri di vetro e non in plastica usa e getta,✓ mettere a disposizione delle camere acqua in bottiglia con vuoto a rendere o in caraffa,✓ servire, ove possibile, succhi di frutta e spremute freschi (evitare almeno le confezioni monodose, preferendo le confezioni da 1lt da servire in bicchiere)	<ul style="list-style-type: none">✓ un'attività ricettiva di medie dimensioni, adottando queste buone pratiche, può ridurre la propria produzione di rifiuti di circa 300 kg ogni anno;✓ le azioni proposte consentono la promozione di una migliore immagine dell'esercizio in relazione alla sua attenzione all'ambiente, a cui i turisti sono sempre più attenti.

FORMARE IL PERSONALE

Formare il personale



Il Principe Hotel Catania (CT)

Il personale che lavora presso di voi **rappresenta il biglietto da visita della vostra struttura...**

Sono i vostri collaboratori che per primi accolgono gli ospiti, e sono loro che in vostra assenza si interfacciano più spesso con gli ospiti.

Il personale è il vostro più grande alleato!

Senza il loro aiuto, la realizzazione dei vostri obiettivi sarebbe possibile solo a metà. Dunque, è necessario che il personale che lavora per voi sappia chi siete, qual è la filosofia che ispira la vostra offerta, quali sono i vostri obiettivi in tema di sostenibilità ambientale. Se chi lavora per voi possiede queste informazioni, può più facilmente aiutarvi a raggiungere ciò che vi siete preposti.



Dunque, **se la vostra struttura si qualifica – o si sta attrezzando – per diventare un'attività ricettiva sostenibile, è necessario che i vostri collaboratori lo sappiano!**

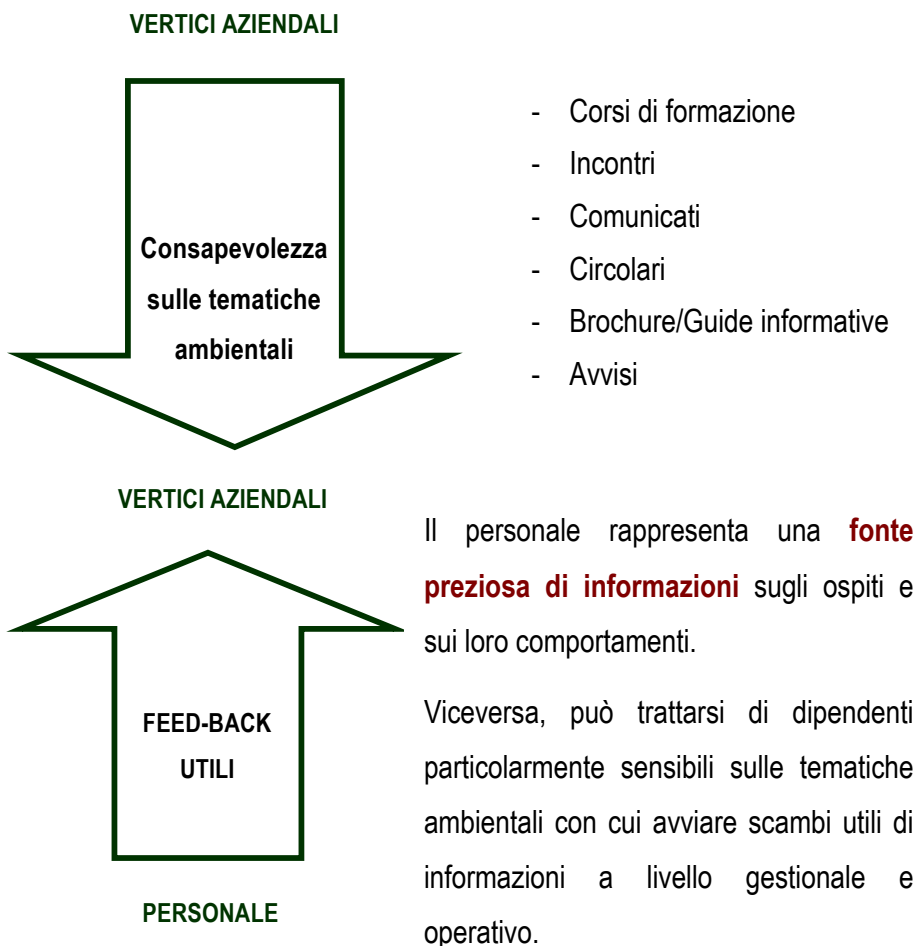


Per coinvolgere il personale nella tutela ambientale nel loro agire quotidiano è necessario dotarlo di una **formazione adeguata**, in modo tale da renderlo consapevole circa i propri impatti sull'ambiente.

A tale scopo, è necessario anzitutto "fotografare" la situazione esistente, individuando quali sono i bisogni di informazione e di formazione del personale relativamente agli impatti ambientali generati dall'attività di ciascuno.

In questo modo, è possibile capire quali sono le aree/argomenti sui quali è necessario agire con più forza per cominciare a ottenere dei risultati.

Sarebbe opportuno partire da un'attività di sensibilizzazione rivolta a tutto il personale aziendale, per poi proseguire con attività formativa specifica per ciascuna area (reception, manutenzione, servizio ai piani,...).



In parole semplici....

Per migliorare la comprensione e l'applicazione pratica delle misure di sostenibilità ambientale, è necessario **descrivere passo-dopo-passo i comportamenti corretti che il personale è chiamato ad adottare**, al fine di minimizzare gli impatti ambientali che scaturiscono dalle proprie attività, **aiutandolo ad individuare le modalità un costante monitoraggio** di tali impatti.

In dettaglio, alcuni esempi di in-formazione potrebbero (e dovrebbero) riguardare:

- ✓ efficace gestione dell'**energia** e dell'**acqua**/riduzione dei consumi e controllo di eventuali sprechi,
- ✓ raccolta differenziata dei **rifiuti** e corretto smaltimento dei rifiuti speciali,
- ✓ corretto dosaggio di **detergenti** e sostanze pulenti – utilizzo oculato e informato di sostanze pericolose e **prodotti chimici**,
- ✓ corretto **mantenimento e manutenzione delle attrezzature** – controlli periodici.

Alcuni esempi di implementazione

- ✓ piano di formazione annuale per tutti,
- ✓ informazione dei neo-assunti entro 4 settimane.

La presente guida può rappresentare uno strumento di facile lettura per sensibilizzare i vostri dipendenti ai corretti comportamenti da tenere tanto per risparmiare risorse economiche quanto per ridurre i propri impatti ambientali.

Inoltre, i momenti di formazione sono dei momenti di scambio, dialogo e conoscenza che aiutano a migliorare i rapporti all'interno dell'azienda, a beneficio della professionalità di ciascuno.

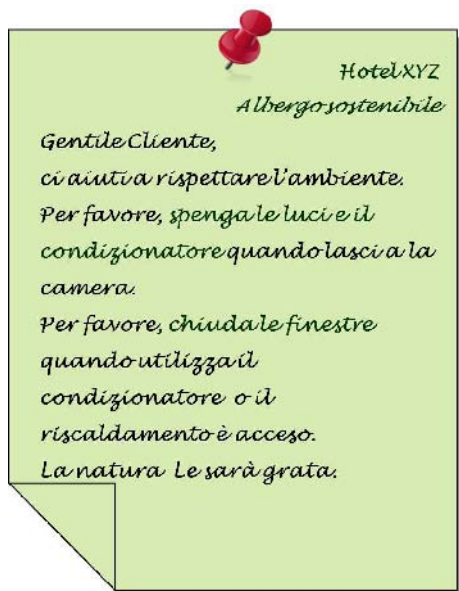
Le Regole-base

1. L'ospite deve essere informato.
2. L'ospite deve essere informato in modo chiaro, credibile e concreto.
3. L'ospite deve essere messo in grado di contribuire attivamente.
4. L'ospite deve percepire che la qualità del servizio è garantita.

➤ Le informazioni agli ospiti possono essere fornite attraverso:

- adesivi,
- pannelli,
- schede informative consegnate al check-in.

AVVISI PER IL CORRETTO UTILIZZO DELLE RISORSE IDRICHE ED ENERGETICHE



1. Spegnimento dell'impianto di riscaldamento o di condizionamento

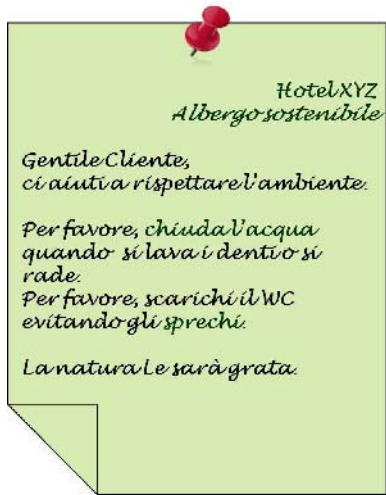
Nella maggior parte dei casi, le camere sono dotate di impianti di riscaldamento e/o di condizionamento che si spengono automaticamente quando gli ospiti aprono le finestre.

Qualora questo non fosse possibile, nella stanza dovrebbero essere disponibili informazioni facilmente accessibili che ricordino agli ospiti di chiudere la o le finestre se l'impianto di riscaldamento o di condizionamento fosse in funzione o se lasciano la stanza. L'obiettivo è di evitare o perlomeno ridurre le perdite di calore e raffreddamento.

2. Spegnimento delle luci

Nella maggior parte dei casi, le camere sono dotate di un dispositivo automatico che disattiva il sistema di illuminazione quando gli ospiti lasciano la stanza.

Qualora questo non fosse possibile, gli ospiti dovrebbero essere invitati a spegnere le luci quando lasciano la stanza. L'obiettivo è di ridurre il consumo di energia e prolungare la durata di lampade e lampadine, oltre che di diminuire le emissioni di CO2 causate dalla produzione di energia.



3. Risparmio idrico nei bagni e nelle toilette

Gli ospiti dovrebbero essere informati sull'importanza di ridurre il consumo di acqua nei bagni e nelle toilette.

Quest'informazione può essere fornita attraverso opportune segnaletiche in bagno o in camera (all'interno del messaggio di benvenuto).

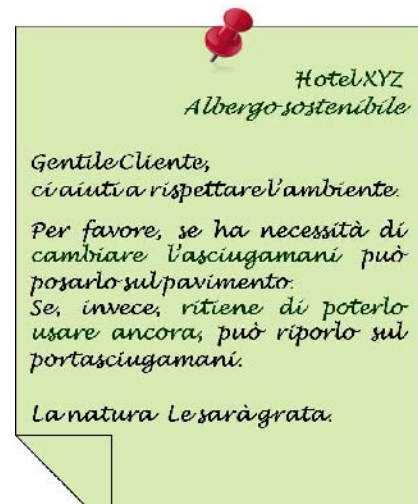
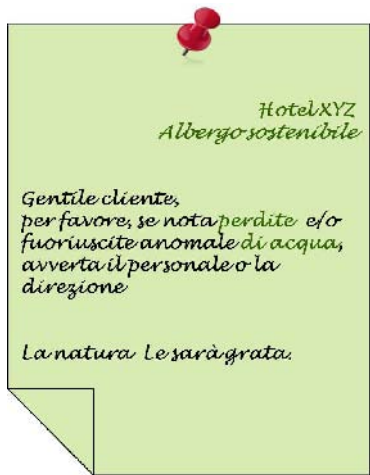
4. Cestini per rifiuti nelle toilette

Ogni toilette dovrebbe avere un adeguato cestino per i rifiuti.



5. Perdite

La struttura ricettiva è chiamata a ridurre lo spreco d'acqua, controllando o eliminando possibili perdite. Questa misure include sia gli ospiti sia il personale.



6. Cambio di asciugamani e lenzuola

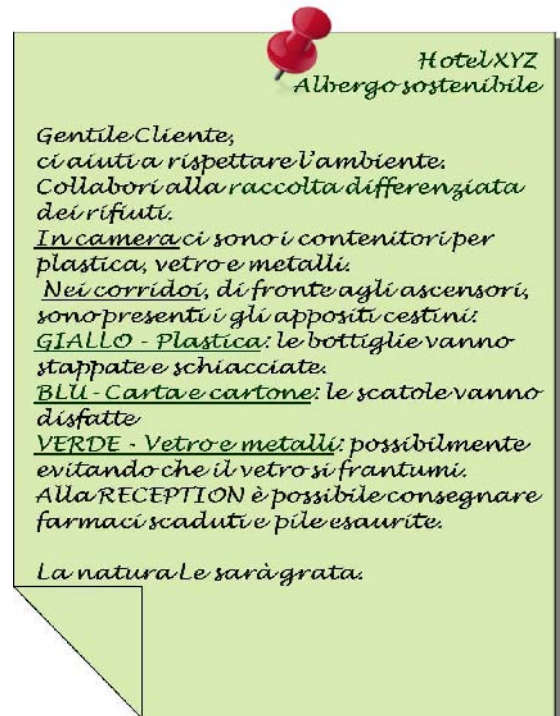
Nei casi di permanenze superiori ad una notte, l'ospite deve poter decidere quando cambiare asciugamani e lenzuola, ma va comunque sensibilizzato ad evitare gli sprechi.

7. Avvisi per il corretto smaltimento dei rifiuti

Raccolta differenziata da parte degli ospiti

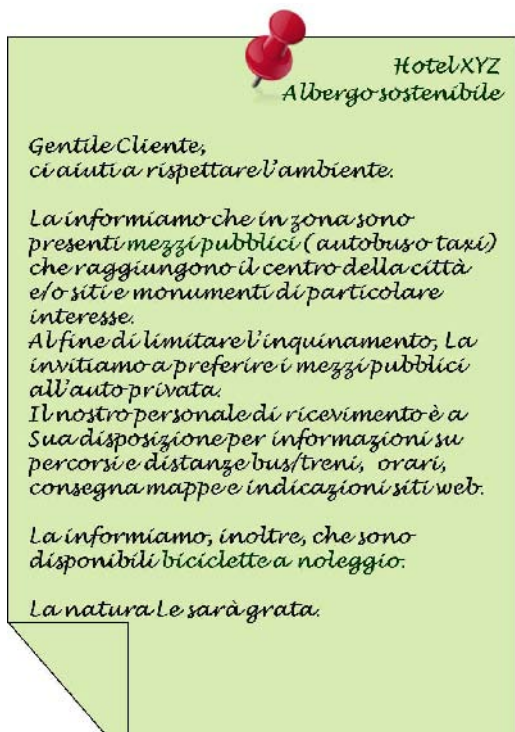
Devono essere forniti contenitori adeguati per consentire agli ospiti di separare i rifiuti nelle stanze o nel luogo dedicato alla raccolta differenziata dei rifiuti.

L'obiettivo è di ridurre, riutilizzare e riciclare tutti i rifiuti generati dagli ospiti nella struttura ricettiva.



8. Avvisi per l'utilizzo dei mezzi di trasporto pubblici

- La bicicletta, fra l'altro, vi permette di scoprire particolari del paesaggio o scorci di un centro storico che in caso contrario perdereste. Se poi le distanze non sono eccessive, potete spostarvi anche a piedi.



- Se decidete di noleggiare un'auto, cercate di sceglierla elettrica o ibrida. Dove questo non sia possibile, optate per un'auto piccola o comunque proporzionata al numero di persone con cui viaggiate.
- Se stabilite di utilizzare la vostra auto, verificate che i pneumatici abbiano la giusta pressione, in modo da ridurre il consumo di carburante e quindi le immissioni di CO2 del mezzo.

- Se la destinazione che avete scelto comporta l'uso dell'aereo, potete scegliere quelle compagnie aeree che offrono i "carbon offset credits", una sorta di cedola di credito che serve a compensare l'emissione di carbonio prodotta dal proprio volo. In sostanza, il viaggiatore acquista assieme al biglietto aereo un "credito" per sostenere associazioni ambientaliste che realizzano interventi finalizzati a ridurre o contenere l'impatto generato dall'emissione di CO2, come progetti relativi allo sviluppo di fonti energetiche rinnovabili o progetti relativi al rimboschimento di aree colpite dalla deforestazione.

Il Bike Sharing



Il Bike Sharing (traducibile come 'condivisione della bicicletta') è uno strumento di mobilità sostenibile che si sta sempre più diffondendo nelle città italiane. Si tratta di un servizio di trasporto pubblico, facile, pratico ed ecologico.

È utile per i brevi spostamenti (massimo due ore consecutive) e consente di evitare la preoccupazione di parcheggi, code e inquinamento.

Come funziona

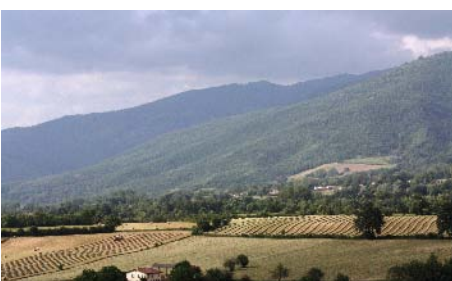
Nelle zone strategiche della città, alcune aree vengono adibite a parcheggio lasciando a disposizione delle biciclette. Mediante una tessera (che si ottiene sottoscrivendo un abbonamento) si può prelevare una di queste biciclette, utilizzarla per i propri spostamenti, e poi riporla in una delle aree dedicate (non necessariamente quella da cui si è partiti). Il servizio è operativo 365 giorni l'anno.

Tariffe e orari variano a seconda della città.

Il bike sharing in Europa

Il modello su cui si basano i bike sharing italiani è principalmente quello europeo. Tuttavia, in Italia resiste ancora un diverso approccio della popolazione. A Lione e Barcellona, non è affatto inusuale vedere persone di tutte le età e di tutte le fasce sociali andare in giro per la città con le biciclette a noleggio: il servizio è presente nelle abitudini della popolazione locale.

Inoltre in Spagna, Francia e nel Nord Europa sono già presenti possibilità di sponsorizzazione dei veicoli, così che l'abbonamento costi cifre sempre più basse agli utenti.



9. Avvisi sulle caratteristiche dell'ambiente circostante la struttura

La struttura ricettiva deve garantire la comunicazione e l'educazione ambientale degli ospiti mediante avvisi riguardanti la biodiversità locale, il paesaggio e le misure di conservazione della natura adottate a livello locale.

SUGGERIMENTI

- distribuire brochures e altro materiale educativo sull'ambiente circostante la struttura ricettiva;
- assicurarsi che il materiale contenga informazioni su comportamenti responsabili verso l'ambiente;
- informare gli ospiti sulle tradizioni locali e sulle iniziative del territorio;
- organizzare escursioni e visite guidate a carattere naturalistico.

10. Il questionario ambientale

La struttura ricettiva dovrebbe distribuire agli ospiti un questionario che consenta loro di esprimere un parere sugli aspetti ambientali della struttura.

Lo scopo principale di questa misura è quello di ottenere un continuo feedback da parte degli ospiti rispetto al proprio programma di azione ambientale e della qualità generale della struttura.

Il questionario dovrebbe essere consegnato agli ospiti e riconsegnato alla struttura dopo averlo compilato. I risultati dovrebbero essere valutati per implementare eventuali strategie di aggiustamento e/o potenziamento.

SUGGERIMENTI

Il questionario può riferirsi a questioni quali:

- la temperatura nella stanza (con l'intento di evitare un eccessivo riscaldamento o raffreddamento);
- sensibilità ad altre azioni di risparmio energetico;
- sensibilità al consumo idrico (chiedendo gli elementi principali di comfort per identificare dove è possibile risparmiare acqua senza ridurre le comodità);
- disponibilità rispetto al trasporto alternativo;
- altre questioni (ad es. la dotazione di materiali informativi sul territorio);
- suggerimenti.

11. Impegno per l'ambiente della struttura e misure realizzate

Sin dal loro arrivo, la struttura ricettiva dovrebbe informare gli ospiti circa la politica ambientale che applica, e invitarli a sostenere la causa.

A tale scopo, diventano particolarmente utili gli avvisi affissi in camera e nelle aree comuni e le informative consegnate al momento del check-in.

ACQUISTI VERDI

1. Mezzi di trasporto ecologici (elettrici, metano,...)



Pochi sanno che agli inizi del '900 le automobili elettriche erano più diffuse di ora. In alcuni periodi, il loro numero è stato addirittura superiore a quello delle auto con motore a scoppio, ma poi il prezzo basso del petrolio (a quei tempi ce n'era ancora molto...) e derivati, ha spinto il mercato verso la scelta di preferire il motore a scoppio rispetto alla trazione elettrica.

2. Utilizzo prodotti con certificazione Ecolabel

Per ridurre i propri impatti ambientali, la struttura ricettiva dovrebbe utilizzare prodotti con certificazione Ecolabel. In particolare,

- **detersivi per il lavaggio a mano delle stoviglie**
- **detersivi per lavastoviglie**
- **detersivi per bucato**
- **detersivi multiuso e per servizi sanitari**



La diffusione dei detergenti sintetici ha avuto ed ha tuttora una serie di conseguenze non positive sull'ambiente, in particolare sul patrimonio idrico. I detergenti immessi nelle acque di scarico si mescolano con le acque dei fiumi, dei laghi, dei mari e permeano le falde acquifere profonde. Essi contengono molecole insolubili che restano in sospensione e creano uno strato impermeabile che impedisce la crescita della flora acquatica.

Consigli per un utilizzo consapevole dei detersivi

Prima ancora della scelta di un buon prodotto detergente, è fondamentale il suo corretto uso.

Il personale dell'albergo deve conoscere le modalità di uso e dosaggio dei detersivi e deve essere sensibilizzato sul problema dello spreco e sui danni che questo può causare incidendo direttamente sulla qualità dell'ambiente. Basti pensare che **si calcola che il sovradosaggio di detersivo sia pari al 40% del totale dei detersivi consumati!**

Alcune regole

- durezza dell'acqua: un bucato "perfetto" non dipende tanto dalla quantità di detersivo, quanto dalla "durezza" dell'acqua a cui questo viene miscelato. La presenza di calcio e magnesio nell'acqua utilizzata influenza in maniera determinante i risultati del lavaggio: più alta è la durezza dell'acqua maggiore è la quantità di questi ingredienti, e quindi di detersivo, che deve essere dosata per ottenere risultati di lavaggio accettabili dal punto di vista della pulizia e dell'igiene.

Per questo motivo, può essere opportuno valutare al momento dell'acquisto di lavatrici e lavastoviglie, la scelta di modelli dotati di decalcificatori, che consentono notevoli risparmi nell'uso dei prodotti detergenti;

- dosaggio dei detersivi concentrati: i detersivi concentrati vanno usati seguendo scrupolosamente le istruzioni per il dosaggio; occorre quindi assicurarsi che siano provvisti di un idoneo dosatore e che il personale lo utilizzi. Un sovradosaggio di questi prodotti vanifica del tutto i positivi aspetti ambientali che comportano, e oltretutto rischia di produrre risultati peggiori in termini di performance (necessità di maggiori risciacqui con conseguente uso di acqua e tempo e un risultato non soddisfacente: ad es., superfici che rimangono opache, persistente odore del prodotto negli ambienti);
- mai mescolare i detersivi tra loro: le sostanze contenute possono provocare reazioni chimiche con esalazioni dannose per la salute umana.

- **pitture e vernici per interni**

Le pitture comunemente utilizzate fanno ricorso a sostanze chimiche altamente tossiche per l'uomo sia in fase di lavorazione, posa in opera, e dopo la stesura della pittura (anche per un lungo periodo).



Le pitture ecologiche utilizzano solo componenti naturali biodegradabili che non provocano alcun problema di tossicità per gli uomini e non hanno impatti sull'ambiente in fase di lavorazione.

Infatti, si compongono di materiali che non emettono gas tossici o radiazioni nocive; sono costituiti da componenti naturali, senza additivi chimici di sintesi, ma reperibili nell'ambiente naturale o da essi ricavati; sono neutri sotto il profilo elettrico, per non alterare l'ambiente bioelettromagnetico.

- **prodotti di carta (carta igienica/tessuto carta e carta da ufficio)**



Negli alberghi si consumano prodotti cartacei soprattutto sotto forma di tessuto carta (carta per usi igienici e per usi alimentari). In quantitativi minori, ma crescenti, si consuma la carta da ufficio: carta per stampati e fotocopie e carta per scrittura.

La principale materia utilizzata per la fabbricazione della carta è la cellulosa, di cui si compone il legno degli alberi. Quindi, per ridurre l'abbattimento degli alberi sarebbe preferibile utilizzare carta riciclata.

Consigli per un utilizzo consapevole dei prodotti cartacei

Si può prevenire lo spreco di carta attraverso:

- l'uso di mezzi telematici, quando disponibili (es. posta elettronica);
- la stampa di documenti su entrambi i lati
- la riduzione o eliminazione di carta difficilmente riciclabile (es. brochure plastificate);
- la valutazione, laddove possibile, di prodotti alternativi in fibra riutilizzabile o a lunga durata.
- la raccolta differenziata di tutti i prodotti cartacei utilizzati, predisponendo appositi contenitori per la raccolta differenziata della carta, anche ad uso degli ospiti.

- **Saponi, shampoo e balsami per capelli**

Si caratterizzano per un minore impatto sull'ambiente acquatico, per l'elevata biodegradabilità e il minor uso del packaging, con conseguente riduzione dell'inquinamento dovuto al trasporto e degli sprechi associati al confezionamento.



3. I materiali bio-degradabili

Un grande aiuto nella riduzione della produzione dei rifiuti può arrivare dall'utilizzo di posate e stoviglie realizzate in materiali biodegradabili. Tra questi:

- **Mater-Bi**: un biopolimero derivante dall'amido vegetale, completamente biodegradabile e compostabile (norma EN13432); resiste ad una temperatura massima di 85°C, è di colore lattiginoso e viene utilizzato per la produzione di posate oppure, in abbinamento al cartoncino, per piatti e bicchieri.
- **PLA**: un biopolimero derivante dall'amido di mais (ma ottenuto con un procedimento differente dal Mater-Bi), completamente biodegradabile e compostabile (norma EN13432). Resiste ad una temperatura massima di 55° C, è perfettamente trasparente e viene utilizzato per la produzione di bicchieri con caratteristiche estetiche e meccaniche simili al polistirolo; tuttavia, data la scarsa resistenza alle alte temperature, sono adatti solo a bevande fredde.
- **Polpa di cellulosa**: si ricava dalle fibre residue della lavorazione di alcune piante, in particolare della canna da zucchero, ed è pertanto al 100% naturale, completamente biodegradabile e compostabile (norma EN13432). Resiste ad una temperatura massima di 150°C e può essere utilizzata in microonde nel forno tradizionale; viene utilizzata per la produzione di piatti e bicchieri.

1. Stanze non fumatori

A fronte del divieto di fumare nelle aree comuni interne, sarebbe opportuno predisporre di un'area esterna da dedicare agli ospiti fumatori.



Per ciò che concerne le camere, invece, un certo numero dovrebbe essere dedicato ai fumatori, evitando che le altre possano essere utilizzate indifferentemente.

A questo scopo, sarebbe utile fornire adeguate informazioni e disporre dell'adeguata cartellonistica.

2. Pompe di calore

La pompa di calore costituisce un utile strumento per conseguire significativi risparmi energetici, e quindi economici, limitando le emissioni inquinanti a livello locale.

Si tratta una macchina in grado di trasferire calore da una temperatura più bassa ad una temperatura più alta.

Il principio di funzionamento è lo stesso di una macchina frigorifera, ma mentre questa ha lo scopo di mantenere l'ambiente interno del frigorifero ad una temperatura relativamente bassa, quello di una pompa di calore è, invece, di mantenere un ambiente riscaldato, ad una temperatura relativamente elevata.

Può essere suddivisa in due categorie:

- è finalizzata a sottrarre calore da un ambiente che deve essere rinfrescato e riversarlo all'esterno, generando così freddo (condizionamento);
- è finalizzata a sottrarre calore a bassa temperatura dall'esterno e a riversarlo nell'ambiente che deve essere riscaldato, generando così caldo (riscaldamento).

Per il funzionamento di entrambe le categorie è sfruttata la proprietà di un liquido che è in grado di assorbire calore durante l'evaporazione, mentre per il trasporto del calore è necessaria l'energia elettrica, che viene ugualmente trasformata in calore ed utilizzata per il riscaldamento. Ma per 1 kW di energia elettrica impiegata si ottengono, mediante la pompa di calore, da 3 a 4 kW di energia calorica.

Per climatizzare ambienti piccoli (camere d'albergo) è sufficiente un climatizzatore caldo/freddo da 1kW da installare in facciata, cui sono collegati uno o due split (vetilconvettori).

In generale, si ha convenienza economica se si impiega la pompa di calore per la climatizzazione, mentre tale convenienza si riduce notevolmente nelle applicazioni per la sola produzione di acqua calda sanitaria e per solo riscaldamento.

Inoltre, nella scelta della pompa di calore occorre considerare le caratteristiche climatiche del luogo dove deve essere installata. Queste hanno importanza soprattutto qualora la sorgente fredda sia l'aria esterna; in zone in cui l'inverno è molto freddo non conviene installare una pompa di calore in quanto, a causa della formazione di brina sull'evaporatore, il rendimento sarebbe davvero troppo basso.

3. Architettura bioclimatica

L'architettura bioclimatica sfrutta al meglio gli apporti energetici dell'ambiente esterno all'edificio, riducendo sensibilmente o eliminando del tutto il fabbisogno energetico necessario per riscaldarlo o raffreddarlo.

Dunque, l'architettura bioclimatica può essere intesa come una strategia che, minimizzando l'uso di impianti meccanici, massimizza l'efficienza degli scambi tra edificio e ambiente.

Non si tratta certo di una scienza moderna, anzi. La bioarchitettura in realtà è sempre stata usata per costruire le abitazioni, e solo da pochi decenni se ne sta perdendo ogni traccia. La storia passata, anche recente, non fa che mostrarci come l'architettura si sia sempre adeguata al clima, realizzando abitazioni (ed utilizzando materiali e tecniche costruttive) assai diverse anche solo fra nord e sud Italia.

Pensiamo ad esempio ai trulli, alle case coloniche toscane, alle baite altoatesine: fino a cento anni fa era



normale pensare e costruire in modo radicalmente diverso un'abitazione a seconda del clima. Poi la crescita dell'industria edile ha portato ad una "globalizzazione" delle tecnologie costruttive, utilizzando sempre meno materiali e tecnologie disponibili localmente ed utilizzando invece quelle che era più economico utilizzare, ovvero la gabbia di cemento armato ed i tamponamenti in laterizio.

L'architettura bioclimatica rinasce però alla fine degli anni sessanta, a seguito della prima grande crisi energetica, e da lì si è assistito ad una rifondazione di questa disciplina che si è trasformata nella bioclimatica moderna.

Come deve essere una casa ben progettata con l'architettura bioclimatica:

IN INVERNO

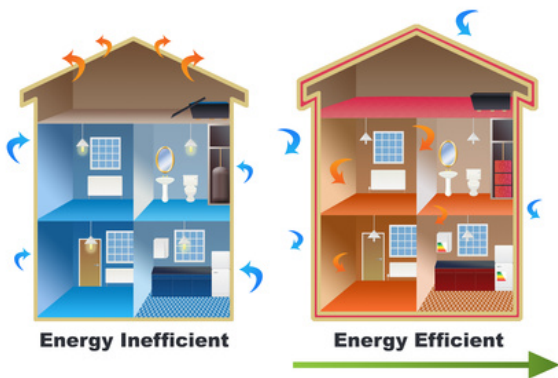
Un edificio bioclimatico in inverno deve essere naturalmente caldo, grazie ad un isolamento termico ben realizzato, ma anche grazie alla capacità di sfruttare al massimo il calore del sole per mezzo di ampie superfici vetrate, che permettano di riscaldare ed illuminare la casa con il minimo dispendio di energia.

IN ESTATE



D'estate un edificio bioclimatico deve essere naturalmente fresco, limitando l'esposizione al sole delle superfici vetrate e delle pareti attraverso un'opportuna inclinazione di tetti e pergole pur mantenendo una corretta illuminazione naturale degli ambienti interni, ma soprattutto con sistemi di ventilazione naturale diurni e notturni in grado di smaltire l'eccesso di calore accumulato all'interno.

L'INVOLUCRO EDILIZIO



La maggior parte degli edifici esistenti sono caratterizzati da elevati consumi termici, sia a causa delle dispersioni di calore per trasmissione attraverso le pareti, i tetti, il pavimento e le finestre sia per le perdite di calore per ventilazione attraverso le fessure dell'involucro.

Un attento rinnovo della facciata di un edificio comporta una riduzione della trasmittanza (capacità di trasmettere energia radiante) della parete ed una minimizzazione delle perdite dovute alla ventilazione, migliorando inoltre la qualità dell'aria all'interno.

Un alloggio ben isolato è più confortevole in ogni stagione e consente:

- considerevoli risparmi di energia per il riscaldamento invernale,
- la riduzione dei consumi per il condizionamento nella stagione estiva. La coibentazione, cioè il perfetto isolamento dell'interno, ci aiuterà, infatti, nelle giornate estive, a tenere fuori il caldo e a trattenere all'interno il fresco eventualmente prodotto dal nostro impianto di raffrescamento.

Nel seguito, verranno descritte alcune possibili azioni di isolamento termico per la ristrutturazione del parco edilizio esistente. Ovviamente, le azioni proposte sono valide anche per i nuovi edifici, dove, tuttavia, i diversi standard costruttivi di base possono comportare differenze nei costi addizionali.

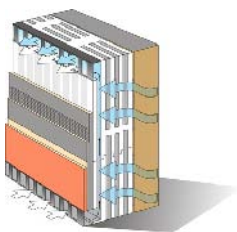
Pareti esterne

L'isolamento dei muri di un edificio può essere realizzato dall'esterno, dall'interno o nell'intercapedine.

Tutti e tre i sistemi presentano diversi vantaggi: la scelta dell'intervento da adottare dipende da diversi fattori quali il tipo di edificio, le sue caratteristiche costruttive, l'eventuale stato di degrado.

- Isolamento dall'esterno (sistema a cappotto)

E' senza dubbio la soluzione più efficace per isolare bene un edificio. In particolare è molto conveniente quando è previsto un rifacimento della facciata, in quanto non altera i volumi interni degli ambienti, ma richiede comunque l'intervento di imprese specializzate.



Esistono diverse possibilità per l'isolamento di pareti esterne.

□ Uno dei sistemi più convenienti per l'isolamento di vecchi edifici è la coibentazione attraverso un sistema di muri compatti che vengono fissati, con un particolare adesivo e speciali fissaggi, direttamente alle pareti portanti.

□ Un'altra possibilità è rappresentata da doppie facciate con strato isolante con o senza intercapedine. Tuttavia, l'utilizzo di tali sistemi in vecchi edifici è più difficile.

- Isolamento dall'interno

E' un metodo non eccessivamente costoso che può essere realizzato anche in "fai da te". Consente un isolamento selettivo, effettuato, ad esempio, solo negli ambienti più freddi o più abitati durante il giorno e/o nelle camere da letto. Provoca però una leggera diminuzione dello spazio abitabile.

- Isolamento dell'intercapedine



Quando la parete contiene un'intercapedine è possibile riempirla con opportuni materiali isolanti. La spesa è in genere modesta e l'intervento risulta molto conveniente.

Basamento di pian terreno

La riduzione delle dispersioni termiche verso zone non riscaldate (cantina, garage, ecc.) può essere facilmente realizzata tramite l'applicazione di uno strato di isolante al di sotto del pavimento. Per le strutture direttamente a contatto con il terreno, l'isolamento viene applicato al di sopra.

Tetto



Tra tutte le superfici esterne di un edificio spesso il tetto è l'elemento più permeabile al calore. Isolarlo in genere non è difficile e, nella maggior parte dei casi, relativamente poco costoso. La convenienza dell'intervento aumenta, comunque, quando si deve intervenire sulla copertura perché degradata da muffe o soggetta ad infiltrazioni d'acqua piovana.

La fattibilità dell'isolamento termico delle coperture dipende dal tipo di tetto (piano o inclinato), dalle costruzioni eventualmente presenti e dall'uso (occupato o non occupato).

Serramenti e finestre

Anche se sono stati effettuati interventi di coibentazione delle parti murarie dell'edificio, nella stagione invernale il calore può continuare ad uscire dalle finestre attraverso vetri e cassonetti e l'aria fredda entrare attraverso le fessure. In estate, viceversa, il problema maggiore può essere dato dal calore dei raggi solari che, penetrato attraverso i vetri, viene assorbito e intrappolato dai vetri stessi che impediscono ai raggi infrarossi più caldi di uscire.



Risulta allora importante migliorare la tenuta all'aria dei serramenti e ridurre le dispersioni o i rientri di calore attraverso le superfici vetrate (finestre, lucernari, verande).

Gli interventi, in genere, hanno un'ottima convenienza ed alcuni possono essere realizzati in "fai da te", senza l'intervento di personale specializzato.

Eliminazione delle infiltrazioni

Per eliminare, o almeno limitare, le infiltrazioni d'aria dei serramenti si possono installare o sostituire guarnizioni di gomma o alluminio e rifinirle con il silicone. Nella maggior parte dei casi si tratta di un intervento di semplice realizzazione e dal sicuro ritorno economico.

Il costo di tali interventi può variare dai 5,2 euro/mq ai 7,2 euro/mq di infisso con un risparmio energetico pari al 10-15%.

Isolamento delle superfici vetrate

Nel caso in cui le finestre siano fornite di un solo vetro è possibile:

- inserire un altro vetro sul medesimo infisso, ottenendo così un doppio vetro;
- aggiungere un secondo serramento davanti o dietro al vecchio;
- sostituire il serramento con un altro già predisposto con vetrocamera;
- proteggere le finestre dalla radiazione solare per ridurre i carichi di raffrescamento estivi, attraverso:

▣ tende interne: molto comuni, economiche e facili da installare,

▣ tende esterne: bloccano la radiazione diretta all'esterno, possono essere motorizzate,

▣ tende veneziane fra due pannelli di



vetro: riescono a bloccare l'ingresso della radiazione solare nell'ambiente interno.

Per i nuovi serramenti è possibile usare il legno o, nel caso infissi di alluminio, scegliere profilati "con taglio termico" o "in legno-alluminio" che garantiscono un maggiore grado di isolamento.

Per quanto riguarda le superfici vetrate è consigliabile l'utilizzo di materiali selettivi o basso emissivi (BE). Essi trasmettono una luce solare più fredda rispetto ad altri. Per interventi di rifacimento si possono impiegare dei film speciali da applicare alle vetrate esistenti. Essi hanno generalmente degli spessori variabili fra 0.025 e 0.10 mm e sono provvisti di adesivo per essere posti in opera senza difficoltà.

Areazione controllata

Le misure di isolamento, soprattutto il cambio delle finestre e/o l'invetratura dei balconi con la creazione di verande, devono essere accompagnate all'installazione di un sistema di areazione controllata, in modo da assicurare un tasso di ricambio d'aria minimo nell'edificio e prevenire così problemi d'igiene e danni agli edifici dovuti all'umidità. Perciò potrebbe essere opportuno:

- applicare un piccolo ventilatore, preferibilmente nel bagno;
- introdurre piccole aperture nelle pareti esterne (esistono numerosi sistemi che aprono e chiudono automaticamente in funzione dell'umidità e senza alcun azionamento elettrico);
- permettere la libera circolazione dell'aria da tutte le stanze al bagno.

Uso della vegetazione

Le prestazioni energetiche di un edificio possono essere influenzate significativamente dalla presenza di vegetazione. Ci sono almeno tre strade per usare la vegetazione allo scopo di ridurre i carichi termici di un edificio:

- vegetazione sull'edificio;
- vegetazione attorno all'edificio;
- vegetazione che ombreggia l'edificio durante le ore di insolazione.

4. Gli arredi interni

La crescente attenzione alla qualità dell'ambiente naturale ha coinvolto anche gli interni, attraverso l'utilizzo di arredi naturali e i sistemi di organizzazione e orientamento degli edifici rispettosi delle esigenze delle persone e degli ambienti.

Il mercato offre oggi la possibilità di scegliere arredi per la stanza d'albergo che, accanto ad una linea piacevole e accogliente, siano anche apprezzabili per il loro minore impatto sull'ambiente.

L'arredamento ecologico

Per parlare di arredamento ecologico, il mobile deve essere naturale, cioè costruito con il legno, il bambù od altri materiali lasciati allo stato integrale, evitando trattamenti coprenti con smalti colorati che nascondono le venature e le caratteristiche originali: ottima la cera d'api pura, che emana un piacevole aroma che profuma la stanza e procura un'azione antisettica, proteggendo il legno dai parassiti e dalla polvere.

Il legno può essere leggermente impermeabilizzato (caso dei mobili della cucina, del bagno, dei pavimenti) con impregnanti naturali, a base di resine vegetali, come pure l'olio di lino.

I mobili vecchi o antichi restaurati possono risultare spesso tossici se l'intervento di restauro non è stato svolto con criteri o materiali ecologici.

Nella maggior parte dei casi i mobili sono in pannelli di truciolare rivestiti di un sottile strato di legno o di plastica esterno, ma il truciolare è formato da piccole schegge in legno tenute insieme dalla colla, ovvero da una resina sintetica a base di formaldeide (considerata tra le dieci sostanze cancerogene più importanti).

Anche i prodotti di trattamento e le vernici di superficie sono composti da agenti chimici: se infatti il legno è trattato chimicamente non è più un materiale vivo e sano, ma un composto di veleni.



I prodotti sintetici, i polimeri (plastica, formica) non dovrebbero fare parte dei mobili: sono materiali che inquinano l'aria, elettrizzano l'ambiente e le persone. Sedendosi o sdraiandosi sulla plastica aumentano i battiti cardiaci e si modifica la respirazione; analoga situazione per i mobili imbottiti sinteticamente, come divani, testate dei letti e poltrone sagomate

in poliuretano espanso.

Forme armoniose

L'arredamento influenza la sfera fisica e psichica dell'uomo ed è determinante per un armonico benessere all'interno degli ambienti di vita.

Un tempo i mobili rappresentavano la diretta scelta di chi viveva, e quindi arredava, quegli ambienti: venivano prodotti artigianalmente, quasi sempre secondo le esigenze della singola famiglia, quindi risultavano oggetti unici, destinati a durare nel tempo e ad essere tramandati alle generazioni successive.

Dall'inizio del XX secolo si è passati ad una produzione artigianale a quella industriale, con la possibilità di diffondere un arredamento di qualità per tutti. In generale, le forme di un mobile dovrebbero poter garantire un risultato armonico nelle proporzioni, ed essere contemporaneamente in grado di stimolare le qualità interiori di chi abita quegli ambienti arredati: infatti, ogni forma geometrica ha una precisa influenza sulla psiche. Le quattro forme fondamentali sono:

- **cerchio**, è la forma più completa e rappresenta la creatività, la protezione, lo sviluppo, il nutrimento;
- **quadrato**, a tale forma viene associata la fissità, la stabilità, la razionalità;
- **triangolo**, rappresenta l'energia, la forza vitale e l'ascensione;
- **spirale**, rappresenta l'intuizione, lo sviluppo, il movimento.

In natura le forme tendono ad essere sempre le più morbide e arrotondate, mentre fino a poco tempo fa la produzione industriale si indirizzava sostanzialmente sulle linee dritte (preferite per ovvie ragioni di praticità nella lavorazione e per ottimizzare il consumo del materiale).

Arredare con i colori



Rosso: colore caldo, utilizzato spesso nel linguaggio grafico e del marketing per la capacità di attrarre l'attenzione, ma anche molto superficiale. Il rosso, infatti, risuonando con il colore del sangue, alza la pressione, produce eccitamento, stimola al massimo livello la reazione muscolare e corporea e quindi per primo colpisce l'attenzione.

Arancio: colore intenso che simboleggia il sole nascente ed è coordinato con il risveglio, capace di colpire una larga fascia dello spettro emozionale;

Giallo: colore caldo e dinamico, colore del sole nella sua piena manifestazione, coordinato con lo stato di veglia, quando il sole si alza all'orizzonte;

Verde: colore fresco ed ambivalente, recessivo ed il più diffuso in natura, colore del mondo vegetale (clorofilla) e del principio della vita intesa come catena alimentare;

Azzurro: colore forte e dominante, freddo e che polarizza l'attenzione verso l'interno; tende a sviluppare la concentrazione, il rilassamento (lo sapevi che per combattere l'insonnia i neurologi consigliano lenzuola e federe blu?)

Viola: il colore con la frequenza e l'energia più alta dello spettro visibile, il più spirituale).

Feng shui

il Feng Shui (letteralmente Vento e Acqua) è l'antica disciplina cinese dell'adattare le dimore secondo i principi dell'armonia con la natura per il benessere dell'uomo.

Le civiltà di un tempo sapevano valutare ed utilizzare le energie: i costruttori conoscevano la terra, il cielo, i numeri ed il loro influsso energetico sull'uomo e rispettavano le leggi dell'armonia cosmica.

Come un apprendista stregone, anche l'uomo tecnologico sta capendo che non si può separare un elemento da tutto ciò che lo circonda.

Con una disposizione degli arredi più consona ad un riposo e ad un soggiorno che soddisfi le esigenze della clientela, usando particolari combinazioni di forme, materiali, colori, suoni è possibile trarre la luce naturale e benefica energia dai luoghi frequentati, correggendo gli influssi negativi (inquinamento elettromagnetico e atmosferico), migliorando le condizioni abitative e riducendo le tensioni.

Lo sapevi che...è sconsigliato apporre uno specchio di fronte alla porta di ingresso? Secondo i principi del feng shui, infatti, lo specchio, rimandando l'immagine di chi entra, si trasforma in un invito ad uscire piuttosto che comunicare accoglienza!

5. L'integrazione con il territorio

Oggi i turisti sono alla ricerca sempre più spinta di autenticità e di esperienze che li coinvolgano e siano in grado di colpire tutti i sensi.



Per incidere maggiormente sulla soddisfazione complessiva degli ospiti che soggiornano nella vostra struttura, oltre alla vostra professionalità e accoglienza, sarebbe interessante integrare le vostre strutture con il territorio in cui operate, al fine di promuovere esperienze multisensoriali. Come?

- provate ad arricchire e personalizzare le vostre strutture con elementi di arredo che richiamino l'artigianato locale,
- diffondete negli ambienti delle essenze tipiche del vostro territorio. Vi aiuteranno ad essere ricordati anche a distanza di anni...
- promuovete il territorio:
 - ✓ allestite un corner espositivo di prodotti tipici locali;
 - ✓ proponete all'interno del vostro ristorante (se presente) "menù a km zero" e/o elaborate una proposta enogastronomica che sia tipica;
 - ✓ fate pubblicità ai produttori e agli artigiani locali da cui poter acquistare piacevoli e gustosi souvenir di vacanza che stimolino il passaparola con amici e parenti;
 - ✓ valorizzate le eccellenze artistiche, storiche, naturalistiche e culturali presenti nella vostra area (e chissà che i vostri ospiti non scelgano di restare una notte in più per visitarle....)
 - ✓ siate sempre informati su ciò che accade intorno a voi e sul vostro territorio: diventerete una guida utile e piacevole per i vostri ospiti, rafforzando la vostra capacità di accoglienza e ospitalità;
 - ✓ ricordate che qualche informazione "turistica" sul vostro territorio contribuisce a potenziare il concetto di efficienza e qualità.

Questi accorgimenti, oltre che utili in termini di marketing e promo-commercializzazione, contribuiscono a rafforzare un concetto ampio di sostenibilità, che richiama l'attenzione su un turismo in grado di armonizzarsi con tutto l'ambiente circostante, riducendo gli impatti negativi, di valorizzare la cultura e la popolazione locale e di generare ricadute economiche positive sul territorio.

6. Alimenti biologici e prodotti tipici locali



Nel servizio alberghiero le caratteristiche degli alimenti giocano un ruolo decisivo nel qualificare il servizio agli occhi degli ospiti, a prescindere dalla categoria cui l'albergo appartiene, in quanto rispondono in termini di qualità, garanzia e sicurezza.

- **I prodotti tipici e tradizionali del territorio rispondono al criterio della sostenibilità locale in quanto supportano l'economia e le tradizioni locali, minimizzano gli impatti ambientali dovuti al trasporto e garantiscono la qualità e la genuinità di un alimento prodotto secondo metodologie tradizionali.**



La ricchezza della cultura enogastronomica e delle biodiversità agroalimentari sono un primato assoluto di tutte le regioni italiane. La valorizzazione di questo patrimonio all'interno della ristorazione alberghiera si traduce sia in una maggiore caratterizzazione del servizio offerto agli occhi dell'ospite, sia in un sostegno alle tradizioni culturali ed allo sviluppo socio-economico locale.

- **I prodotti biologici** sono quelli che, 'dal campo alla tavola', non vengono mai a contatto con pesticidi e additivi chimici nocivi all'uomo e all'ambiente e, grazie al metodo totalmente naturale con il quale vengono coltivati e trasformati, sono un concentrato di vitamine, sali minerali, sostanze antiossidanti e componenti aromatiche naturali responsabili di sapore e profumo ed essenziali per l'organismo.

Una minore quantità di sostanze chimiche riversate nell'ambiente mantiene l'acqua più pulita e produttiva, rispettando la vita e la biodiversità di animali e piante.

Se originariamente la "produzione biologica" era un fenomeno limitato ad un pubblico di estimatori e spesso frutto di una scelta di tipo ideologico, oggi coinvolge fasce sempre più ampie di consumatori, attenti sia alla qualità e alla sicurezza alimentare che alla salvaguardia dell'ambiente.

Grazie a tale incremento si può parlare di prodotti biologici non solo a livello di consumi familiari, ma anche a livello di forniture alberghiere. Naturalmente l'obiettivo di un approvvigionamento consistente di prodotti biologici da parte dell'albergatore non è di facile realizzazione, ma richiede un duplice impegno dovuto sia al loro maggior costo che a maggiori difficoltà di reperimento. Entrambi questi aspetti sono però destinati ad avviarsi verso una soluzione con la più vasta

diffusione di questi prodotti, grazie al numero crescente di aziende agricole che si dedicano a questa tipologia di agricoltura. Ipotizzare una completa fornitura di prodotti biologici nell'albergo non è certo facile, ma si può iniziare con piccole percentuali per dare il tempo al cliente di apprezzarli, sensibilizzandolo anche i clienti sui maggiori costi che questi comportano.



Bibliografia paragrafo 3.1

Bartoli B. (2008), Sostenibile dalla A alla Z. 250 schede per progettare ecologicamente, Sistemi Editoriali Esselibri Simone

Confturismo Ricerche- Indagine IULM (2009), Aspettative, benefici e costi della certificazione ambientale per le PMI del turismo

ARPAV (2001), A proposito di... Sistemi di gestione ambientale

ENEA - Opuscoli Sviluppo Sostenibile (2008), Risparmio energetico con l'illuminazione

"Ecolabel...Perché" – Testimonianza sull' implementazione dell'Ecolabel Europeo di Carlo Amaduzzi, Hotel Domus De Janas – Bari Sardo, Ogliastro

Sitografia

<http://ex-elca2.bologna.enea.it> – I criteri ecologici per ottenere l'Ecolabel

<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

<http://www.arpa.fvg.it/>

<http://www.ecoworldhotel.com/>

<http://www.icscarsharing.it/>

<http://www.ilsole24ore.com>

<http://www.isprambiente.gov.it/>

<http://www.traintoecolabel.org>

<http://www.turismo-sostenibile.org/>

<http://www.turismosostenibile.provincia.rimini.it/documenti/archivio/T/it.htm> - Linee guida per l'efficienza ambientale dell'attività alberghiera

<http://it.wikipedia.org>