L'ecoturismo una strategia di sviluppo locale della valle del Torto e dei Feudi

L'ECOTURISMO E LE CARTE DI VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Arch. Vincenzo Palazzolo

Definizione di ECOTURISMO

...« *l'ecoturismo è un modo responsabile di viaggiare in aree naturali, conservando l'ambiente e sostenendo il benessere delle popolazioni locali* »...

(*International Ecotourism Society*)

Definizione di ECOTURISMO

La definizione deriva dai principi dettati nella
Dichiarazione di Quebec del 2002.
In questa occasione l'UNEP
(Programma Ambiente delle Nazioni Unite),
l'UNWTO (Organizzazione Mondiale del Turismo) e
l'*International Ecotourism Society*
hanno organizzato il summit mondiale
dell'ecoturismo
a Quebec (in Canada) al quale hanno partecipato
132 diverse nazioni che hanno contribuito
alla stesura della *Quebec Declaration on Ecotourism*.

Aspetti peculiari dell'ECOTURISMO

- è mirato alla promozione di uno sviluppo sostenibile del settore turistico.
- non determina il degrado o l'esaurimento delle risorse.
- concentra l'attenzione sul valore intrinseco delle risorse naturali rispondendo ad una filosofia più biocentrica che antropocentrica.
- richiede all'eco-turista di accettare l'ambiente nella sua realtà senza pretendere di modificarlo o adattarlo a sua convenienza.
- si fonda sull'incontro diretto con l'ambiente e si ispira ad una dimensione cognitiva diretta.

Aspetti peculiari dell'ECOTURISMO

L'ecoturismo ha una forte componente programmatica e descrive non solo un determinato segmento della domanda, ma anche un insieme di risultati auspicabili, che possono essere riassunti come segue:

- compatibilità ambientale e socio-culturale come condizione fondamentale.
- apporto di benefici per i progetti di protezione dell'ambiente e per la popolazione locale (partecipazione, creazione e ampia distribuzione di reddito).
- accrescimento della consapevolezza ambientale e maggiore accettazione della conservazione della natura come uso del territorio proficuo e adeguato (sia tra i turisti che tra gli altri soggetti interessati allo sviluppo locale).

Aspetti peculiari dell'ECOTURISMO

In base a questa definizione *l'Associazione Ecoturismo Italia*, referente italiano *dell'International Ecotourism Society*, propone una sua definizione:

...«**un modo di viaggiare responsabile in aree naturali, conservando l'ambiente in cui la comunità locale ospitante è direttamente coinvolta nel suo sviluppo e nella sua gestione, ed in cui la maggior parte dei benefici restano alla comunità stessa»...**

Aspetti etici dell'ECOTURISMO

- L'Ecoturismo minimizza l'impatto delle attività turistiche sulla natura, sulla cultura locale e sulla società.
- L'Ecoturismo sostiene e promuove l'economia locale.
- L'Ecoturismo lavora attivamente per la salvaguardia dell'ambiente.
- L'Ecoturismo contribuisce attivamente alla preservazione della natura e della cultura.
- L'Ecoturismo promuove la gioia della scoperta, la conoscenza ed il rispetto dell'altro.
- L'Ecoturismo è un turismo di alta qualità, etico, equo e solidale.

(Codice Etico Associazione Ecoturismo Italia)

Ecoturismo, leva per lo sviluppo strategico dei territori: La Dichiarazione di Gibilmanna

La **dichiarazione di Gibilmanna** (6 giugno 2008), rappresenta un impegno fra i territori promotori dell'Ecoturismo Mediterraneo (Madonie, Alto Belice Corleonese, Valle del Torto e dei Feudi e Isole Minori), Arpa Sicilia e i numerosi partner internazionali per promuovere il turismo ecosostenibile quale leva strategica per lo sviluppo locale.

Ecoturismo, leva per lo sviluppo strategico dei territori: La Dichiarazione di Gibilmanna

Il territorio della *Coalizione Ecoturismo Mediterraneo* ha individuato l'ecoturismo come un prodotto strategico, la cui costruzione e promozione determina valore aggiunto in termini ambientali, sociali, culturali ed economici.

Ecoturismo, leva per lo sviluppo strategico dei territori: La Dichiarazione di Gibilmanna

La Dichiarazione di Gibilmanna vuole segnalare l'avanzamento della strategia individuata dalla Coalizione fin dal 2005, intendendo impostare una nuova fase strategica, programmatoria e progettuale sulla base di un intenso lavoro cooperativo con paesi del Mediterraneo, intravvedendo nello sviluppo della Convenzione di Barcellona una nuova fase di centralità del Mediterraneo da affermare in termini progettuali e culturali.

Ecoturismo, leva per lo sviluppo strategico dei territori: La Dichiarazione di Gibilmanna

Si considera, inoltre, il tempo della nuova programmazione (2007-2013) adatto a implementare un
percorso coerente e a vedere l'affermazione di un sistema condiviso che coniughi la qualità ambientale come strumento di equità, coesione sociale e benessere.

Ecoturismo, leva per lo sviluppo strategico dei territori: La Dichiarazione di Gibilmanna

Si individuano tre livelli principali di azione:

- Destinazioni
- Prodotti
- Strutture

Destinazioni

La qualità ambientale del contesto è un sistema olistico da monitorare, promuovere, riprogettare costantemente. In tal senso strumenti ed esperienze di certificazioni di destinazione danno le linee guida da percorrere per costruire una coerenza tra l'azione degli attori pubblici e privati, e rendere visibile e monitorabile l'avvicinamento agli obiettivi.

Prodotti

Si intende con tale termine prodotti complessi capaci di attrarre visitatori perché coerenti con i principi dell'ecoturismo e le risorse dei luoghi. In tal senso l'integrazione tra produttori (di beni e servizi) sulla base della filiera turistica (ovvero l'insieme dei momenti salienti di incontro e scambio tra ospiti e visitatori), l'interpretazione dei luoghi, la sicurezza dei visitatori, la diversificazione delle attività disponibili, la trasparenza e accessibilità dell'informazione, la verifica della soddisfazione, sono gli elementi portanti. **La definizione e il controllo di criteri di qualità sono alla base della possibilità di essere comunicati efficacemente.**

Strutture

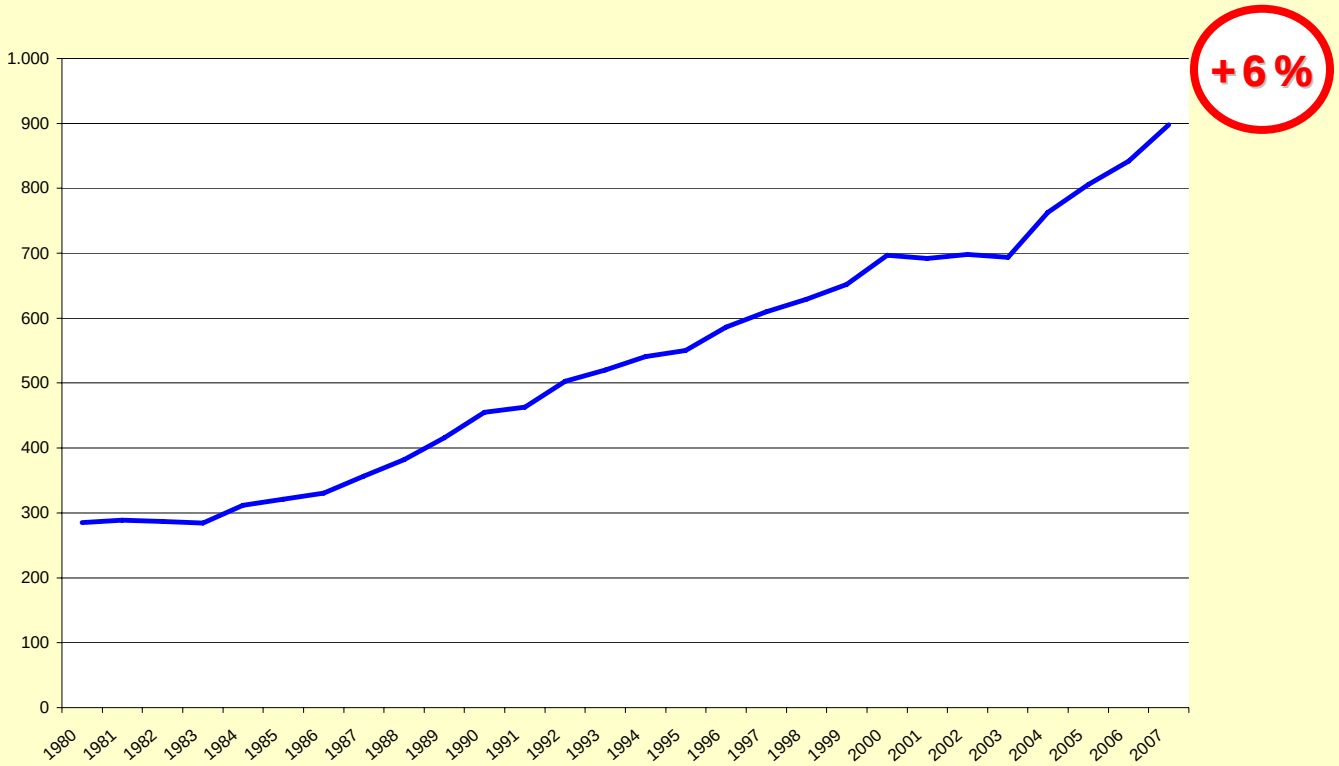
La qualità ambientale delle strutture di accoglienza è un elemento di coerenza con la natura del prodotto eco-turistico oltre che un potente strumento di vantaggio competitivo. Come tale ha capacità rispetto al sistema esterno, con il quale comunica sulla base di obiettivi consolidati a livello internazionale, e a quello interno, in cui migliora le prestazioni, la formazione professionale e l'integrazione sociale.

Ecoturismo, leva per lo sviluppo strategico dei territori: La Dichiarazione di Gibilmanna

Per portare a termine tali azioni è fondamentale la creazione di una rete.
La rete è infatti la grande rivoluzione permessa dalle nuove tecnologie dell'informazione.
La creazione di forme collaborative orientate dagli scopi libera nuove energie che è opportuno integrare come fattore di innovazione delle modalità di lavoro che, in tal modo, moltiplica la propria efficacia e il sistema di opportunità.

La crescita del turismo e lo sviluppo sostenibile

Crescita del turismo a livello internazionale



Fonte: Organizzazione Mondiale per il Turismo

La crescita del turismo e lo sviluppo sostenibile

I FENOMENI IN ATTO

Al pari di quanto avviene in altri mercati, la crescita si accompagna a due fenomeni:

- l'affermazione di alcuni marchi e prodotti "globali" (leader di mercato)
- lo sviluppo di prodotti specializzati, rivolti a nicchie (outsider)

La crescita del turismo e lo sviluppo sostenibile

PUNTI DI FORZA DEI GRANDI "MARCHI"

- Sono percepiti come "**rassicuranti**"
- Offrono strutture e **servizi di standard internazionale**
- Godono di un **"bonus" di immagine** che deriva dalla presenza, spesso "gratuita" sui mass-media
- Gli è riconosciuto un **"premio di prezzo"** che può essere reinvestito in qualità, formazione, **innovazione**

La crescita del turismo e lo sviluppo sostenibile

LA STRATEGIA VINCENTE PER GLI OUTSIDER

- Devono essere fortemente caratteristici e riconoscibili
- Devono superare il vincolo dell'immagine attraverso l'innesco del "passaparola"
- Devono abbattere la distanza fisica e psicologica con il ricorso a nuove forme di comunicazione e distribuzione
- Devono stare attenti a non finire nella "mediocrità". In tal caso il loro ruolo si ridimensiona a quello di puri attrattori di prossimità

La scelta per le destinazioni "minori"

Per evitare di cadere nella "trappola" della stagionalità e della concorrenza di prezzo, alle destinazioni "minori" resta solo la strada della specializzazione, per differenziarsi il più possibile dalle offerte di massa.

Questo consente di ridurre la dipendenza dal prezzo e anche la stagionalità.

Dalla specializzazione alla qualità

La strada della specializzazione dell'offerta conduce spontaneamente alla qualità.

Specializzare vuol dire difatti realizzare prodotti e servizi orientati a soddisfare esigenze molto peculiari espresse da nicchie di clienti.

Per quanto la specializzazione induca una riduzione della competizione essa presuppone dunque una conoscenza molto più accurata delle esigenze espresse dalla domanda, in modo da poterle soddisfare con prodotti e servizi "ad hoc"

La specializzazione del prodotto turistico e la sostenibilità

Specializzare può non essere sufficiente a garantire il successo nel tempo dello sviluppo turistico.
Il turismo, al contrario di altri prodotti, dipende infatti dalla **disponibilità continua delle risorse "fisiche"** che determinano la specializzazione.
Per quanto la domanda turistica sia sempre più sensibile alle questioni ambientali, la **sensibilità ambientale non può essere data per scontata.**
L'attenzione per la qualità del servizio e del prodotto deve dunque accompagnarsi alla tutela dell'ambiente e delle risorse locali, in modo da assicurare:

- la loro **conservazione nel tempo**
- la capacità di **continuare ad attrarre i segmenti desiderati di domanda**

La Gli elementi cardine dello sviluppo turistico

Sensibilità ambientale

Assicurare la preservazione delle risorse locali

Specializzazione delle preferenze

Assecondare i gusti dei turisti

MARCHI DI QUALITA' TURISTICO-AMBIENTALI

LO SCENARIO NAZIONALE E INTERNAZIONALE

Sistemi di Gestione della Qualita' in ambito turistico

Le tappe fondamentali

- 1972 – **Conferenza di Stoccolma**: inizia a delineare i principi dello sviluppo sostenibile
- 1987 – **Rapporto Bruntland**: sancisce il principio dello sviluppo sostenibile, come sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere quelli delle generazioni future
- 1992 – **Earth Summit di Rio de Janeiro**: introduce il documento "Agenda 21", che contiene le linee guida per lo sviluppo sostenibile
- 1995 – WTO, WTTC e Consiglio della Terra pubblicano "**Agenda 21 Locale per il settore turistico"**, applicando i principi di Agenda 21 alle risorse locali che sono alla base dello sviluppo turistico

I PASSI DI AGENDA 21 PER IL SETTORE TURISTICO

- Definizione del quadro diagnostico
- Creazione di forum e tavoli di discussione, estesi ai principali portatori di interesse diffuso
- Esplicitazione di una visione per il futuro, attraverso la definizione di obiettivi specifici a livello locale per l'impostazione del percorso di sostenibilità
- Formalizzazione degli obiettivi e delle azioni da perseguirsi attraverso il Piano d'Azione Locale

⇒

- **Sussidiarietà** (delega verso il basso)
- **Condivisione** (con le forze economiche e sociali)
- **Integrazione** (ambiente come parte integrante dell'economia locale)

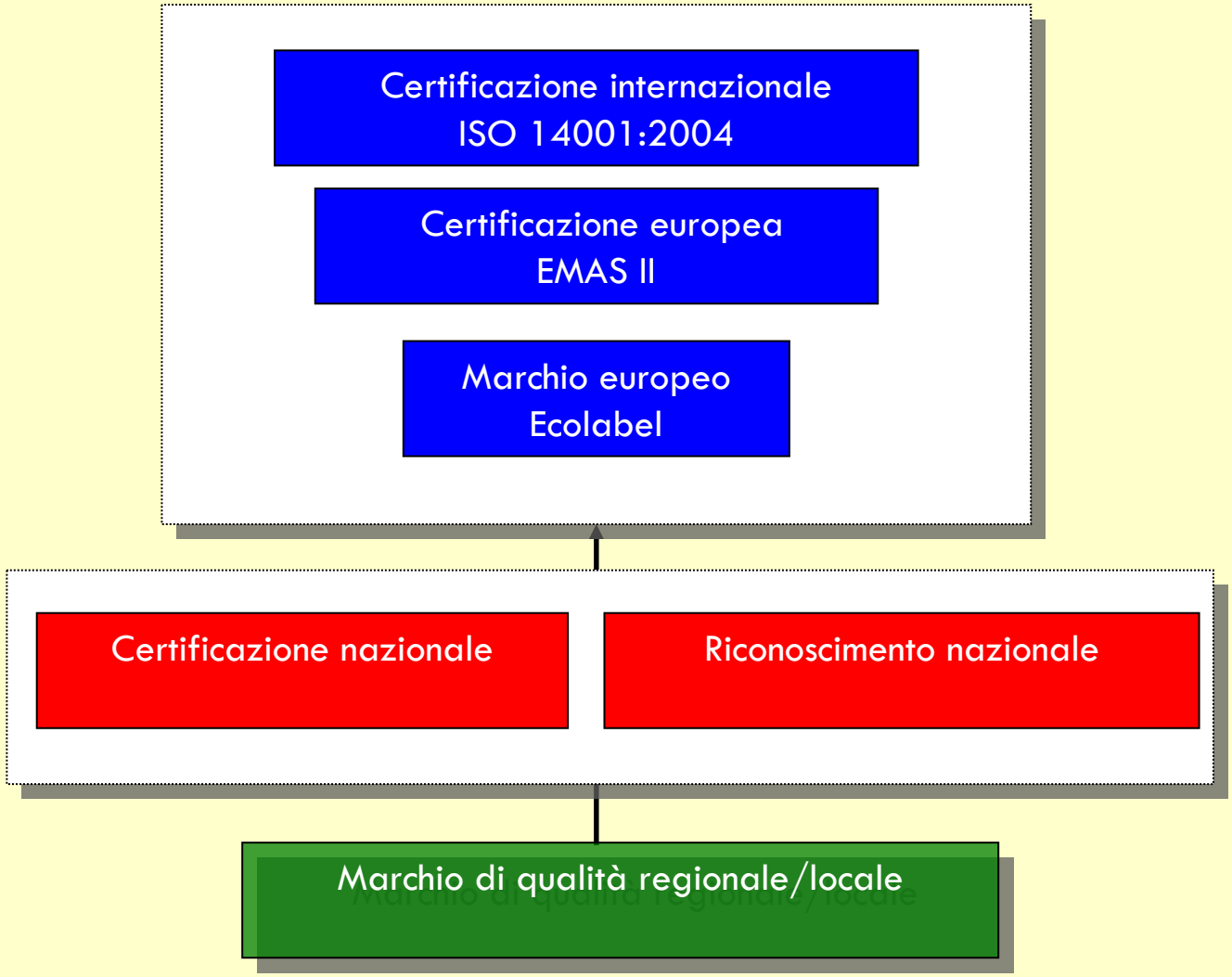
Sistemi di Gestione della Qualita' in ambito turistico

- La ricerca di specializzazione e l'attenzione per l'ambiente ha generato, accoppiata alla logica bottom-up, ha condotto alla **proliferazione di proposte**
- A livello internazionale e nazionale lo scenario si presenta piuttosto **confuso**
- Vi sono **molti simboli**, spesso poco conosciuti, riferiti ad ambiti ristretti (aree regionali, singole comuni), non sempre efficaci
- Secondo il WTO, tra il 1992 e il 2002, sono nati **oltre 60 programmi di certificazione turistico-ambientale**, la maggior parte europei

Sistemi di Gestione della Qualita' in ambito turistico

- La proliferazione dei marchi **può generare confusione** da parte della domanda, penalizzandone l'efficacia
- E' comunque **sintomatico di una crescente consapevolezza sui temi della sostenibilità e della volontà di uscire da visioni di breve periodo**
- Il marchio "locale", capace di riflettere le specificità, deve essere considerato un **punto di partenza**
- Deve essere lo strumento attraverso il quale **diffondere il suo utilizzo ed elevarsi gradualmente a certificazioni di livello superiore**

Sistemi di Gestione della Qualita' in ambito turistico



CERTIFICAZIONI INTERNAZIONALI

- A livello internazionale i principali strumenti sono tre:
  - certificazioni **ISO 9000, ISO 14001**
  - certificazione **EMAS II**
  - **Ecolabel europeo**
- Sono tutte di natura **volontaria**
- ISO 14001 ed EMAS II possono essere utilizzate da qualsiasi organizzazione, **pubblica e privata**
- Ecolabel riguarda **solamente le strutture ricettive**

CERTIFICAZIONE ISO 9000

- Le ISO 9000 sono una serie di norme disciplinate da una **normativa tecnica**
- Sono finalizzate a **gestire i processi aziendali** in modo tale che siano costantemente tesi al miglioramento dell'efficacia ed efficienza operativa oltre che alla soddisfazione del cliente, in una logica di miglioramento contuinuo
- Sono prodotte dalla International Organisation for Standardatization (**ISO**)
- La natura di ISO è **privatistica**
- L'ente italiano di riferimento è il **SINCERT**

CERTIFICAZIONE ISO 14001

- Le ISO 14000 sono una serie di norme disciplinate da una **normativa tecnica** relative alla gestione ambientale delle organizzazioni
- In particolare la ISO 14001 è finalizzata all'implementazione di un **Sistema di Gestione Ambientale** (SGA) che consiste nella formulazione di una **politica ambientale e di relativi obiettivi**
- Sono prodotte dalla International Organisation for Standardatization (**ISO**)
- La natura di ISO è **privatistica**
- La ISO 14001 è spesso considerata un **passo intermedio per la più impegnativa EMAS II**
- L'ente italiano di riferimento è il **SINCERT**

EMAS II

- L'Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) è disciplinato dal **Regolamento Comunitario CE 761/2001**
- E' un sistema ad **adesione volontaria** per le imprese e le organizzazioni che desiderano impegnarsi a valutare e migliorare la propria efficienza ambientale
- E' stato lanciato nel 1995 e sottoposto a revisione nel 2001
- Fornisce alle autorità di controllo, ai cittadini e ai turisti, uno **strumento di valutazione e gestione dell'impatto ambientale** delle attività di un'organizzazione produttiva
- L'ente italiano di riferimento è l'**APAT** (Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e per i servizi tecnici)

ECOLABEL

- E' disciplinato dal **Regolamento Comunitario CE 1980/2000**
- Viene concesso ai prodotti e servizi (tra cui la **ricettività turistica**) che rispettano i **criteri ecologici stabiliti a livello europeo**
- L'Ecolabel per il servizio di ricezione turistica è stato creato per incoraggiare le strutture ricettive ed i turisti al rispetto dell'ambiente
- L'ente italiano di riferimento è l'**APAT** (Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e per i servizi tecnici)

ALTRE CERTIFICAZIONI

- A tali certificazioni se ne vanno aggiungendo **molte altre**, ciascuna con la propria storia e formula gestionale
- Questo determina spesso **difficoltà da parte del turista**, che è sottoposto a una molteplicità di simboli, dei quali non riconosce sempre caratteristiche ed attendibilità
- Sono sorte **iniziative, a livello internazionale, per favorire la collaborazione tra marchi**

CERTIFICAZIONI NAZIONALI

- A livello nazionale si evidenzia in maniera **ancora più forte la questione della dispersione**
- Vi assiste alla moltiplicazione di marchi **spesso riconosciuti solo a livello locale**
- Tra le certificazioni conosciute a livello nazionale si citano:
  - per le strutture turistiche, il marchio di qualità **ISNART** promosso dalle Camere di Commercio, e il marchio **Agriturismi Biologici** dell'AIAB
  - per i territori: il marchio "**Bandiere Arancioni**" del Touring Club Italiano e il marchio "**I borghi più belli d'Italia**", attribuito dall'ANCI

CERTIFICAZIONI REGIONALI E LOCALI

- Alle certificazioni nazionali se ne sommano **numerose altre a carattere regionale e locale**
- Si tratta di marchi rilasciati da enti e altri soggetti che denotano l'appartenenza a reti integrate di sistema
- Lo scenario è molto complesso a causa della proliferazione di certificazioni
- Questa è spesso dispersiva e poco indicativa per i turisti, ma presenta un duplice aspetto positivo:
  - la **crescita di sensibilità verso la cultura della sostenibilità**
  - il cambiamento di **prospettiva verso soluzioni di medio-lungo termine**

OBIETTIVI, CONTENUTI E MODALITÀ DI ATTIVAZIONE

Le Carte per la Valorizzazione del Territorio

COS'E'

La Carta per la Valorizzazione del Territorio
è un protocollo di intenti in cui sono dichiarati:

- gli obiettivi della carta

- la "promessa" che il territorio fa ai propri visitatori
- (una sorta di "manifesto" per lo sviluppo sostenibile)

COSA CONTIENE

- Il protocollo di intenti riassume la visione di sviluppo turistico che il territorio intende perseguire

- Incorpora i principi della sostenibilità, facendo riferimento all'ambiente e alle risorse locali, in maniera "olistica" e in un'ottica di ecosistema

- Contiene, in particolare, gli standard qualitativi che il territorio promette di rispettare in maniera generale e nei diversi comparti dell'offerta turistica

COSA DISCIPLINA

La Carta può prevedere prescrizioni di carattere territoriale,
rivolte soprattutto agli enti pubblici,
basate su indicatori di sostenibilità della destinazione.
Deve riguardare però soprattutto le diverse
tipologie di attività coinvolte nella filiera di offerta turistica, quali:

- Ricettività
- Ristorazione
- Accoglienza turistica (pro-loco, punti informativi, musei, riserve naturali, et
- Approdi e porti turistici
- Prodotti dell' artigianato, della gastronomia, etc.
- Altri servizi turistici

DA CHI E' GESTITA

La Carta rappresenta il risultato di un processo partecipato e condiviso con la comunità locale e le forze economiche e sociali della destinazione.
Può essere promossa da qualsiasi soggetto motivato dalla crescita sostenibile del territorio e dal rafforzamento della sua capacità competitiva.
E' opportuno che sia gestita da un soggetto super-partes, di natura istituzionale, eventualmente affiancato da un "garante" che si faccia carico del mantenimento e miglioramento degli standard.

CHI PUO' ADERIRE

La Carta per la Valorizzazione del Territorio è normalmente **aperta a tutte le aziende o strutture del territorio** che operano nel campo dell'offerta turistica.

Per aderire **è necessario rispettare i requisiti minimi** stabiliti nei disciplinari delle specifiche Carte.

Nel rispetto di tali requisiti, **ciascun aderente può poi "personalizzare" la carta** conformemente alle peculiarità del proprio prodotti o servizio
La conformità ai requisiti viene attestata da un **ente di terza parte che agisce da garante** della trasparenza e della rispondenza effettiva ai requisiti.

A CHI SERVE

Ha due funzioni:

- **assicura la qualità a chi visita il territorio**: ciascun servizio che viene segnalato nella carta è tenuto al rispetto degli standard stabiliti, contribuendo alla qualità complessiva del prodotto territoriale
- **promuove gli operatori del territorio**: la carta viene pubblicizzata e chi ne fa parte acquisisce visibilità nei confronti della domanda

COME FUNZIONA

A valle della condivisione del protocollo d'intenti, vengono elaborati dei **disciplinari per ciascuna tipologia di attività.**

Questi stabiliscono i **requisiti di qualità del servizio/prodotto e di tutela dell'ambiente** che l'attività deve rispettare per potersi fregiare del marchio.

Chi vuole accedere deve presentare una **richiesta al soggetto responsabile**, che verifica la rispondenza ai criteri e rilascia il marchio
Le attività inserite nella carta della qualità beneficiano di tutte le attività di **promozione.**

Viene avviata, contestualmente, una attività di **monitoraggio**, da parte del soggetto garante, tesa a verificare il mantenimento degli standard.

I CRITERI

I disciplinari per la concessione dell'uso del marchio sono solitamente basati su parametri che rispecchiano:

- il livello qualitativo dell'offerta
- il grado di rispetto dell'ambiente
- l'integrazione con il patrimonio ambientale, storico e culturale locale

In genere si stabiliscono dei requisiti minimi obbligatori, il cui rispetto è indispensabile per l'accesso al marchio

Per chi li supera è possibile ipotizzare l'attribuzione di punteggi aggiuntivi, che distinguono eventuali ulteriori "livelli" di qualità

CHI GARANTISCE

La conformità ai requisiti è attestata da un ente di terza parte che agisce da garante della trasparenza e della rispondenza effettiva ai requisiti.

Il garante effettua verifiche ispettive periodiche tese ad appurare il mantenimento degli standard qualitativi.

La neutralità e severità di valutazione è presupposto indispensabile per il successo del marchio.

Carta della Sostenibilità della Destinazione

Quale premessa alle singole carte, può essere opportuno approvare un **documento che disciplini alcuni aspetti di contesto** che attestino la sostenibilità della destinazione nel suo complesso

Tra tali aspetti si evidenziano i seguenti:

- Caratteristiche del fenomeno turistico
- Politiche per la sostenibilità del territorio
- Gestione della mobilità e dell'accesso alla destinazione
- Consumi energetici
- Consumi idrici
- Gestione e smaltimento dei rifiuti
- Qualità dell'ambiente marino
- Qualità dell'ambiente montano
- Qualità dell'ambiente urbano
- Qualità dell'ambiente protetto

CARATTERISTICHE DEL FENOMENO TURISTICO

Indici di affollamento e densità turistica

- presenze turistiche rispetto alla popolazione residente
- % immobili di proprietà di persone non residenti sul territorio
- % superficie occupata da case di vacanza rispetto alla superficie alberghiera
- etc.

POLITICHE PER LA SOSTENIBILITA' DEL TERRITORIO

- % imprese che adottano strumenti di gestione ambientale (IS0 14001/EMAS)
- % imprese che adottano certificazioni ambientali ECOLABEL
- presenza di strumenti per rilevare soddisfazione clienti
- presenza di strumenti quali numeri verdi
- etc.

GESTIONE DELLA MOBILITA' E DELL'ACCESSO ALLA DESTINAZIONE

- mobilità locale con veicoli non inquinanti
- % km coperti da servizio pubblico
- livelli di congestione delle strade di accesso alla destinazione, in condizioni di min e max affollamento turistico
- superficie aree pedonali
- lunghezza piste ciclabili
- n° posti auto nei parcheggi
- etc.

CONSUMI ENERGETICI E IDRICI

- Consumi elettrici residenziali pro-capite (in condizioni di min e max affollamento turistico)
- Disponibilità idrica (in condizioni di min e max affollamento turistico)
- Abitanti effettivi (residenti + fluttuanti) serviti da impianti di depurazione delle acque reflue
- Etc.

GESTIONE E SMALTIMENTO RIFIUTI

- Produzione rifiuti urbani pro-capite (in condizioni di min e max affollamento turistico)
- % raccolta differenziata (in condizioni di min e max affollamento turistico)
- Etc.

Carta della Sostenibilità della Destinazione

QUALITA' AMBIENTE MARINO

- Pressione turistica sulle spiagge (n° turisti per unità di superficie)
- Qualità acque di balneazione)
- Etc.

QUALITA' AMBIENTE MONTANO

- Pressione turistica sui sentieri
- Pressione turistica sulle piste da sci
- Etc.

QUALITA' AMBIENTE URBANO

- Inquinamento di fondo (media annua)
- Inquinamento di punta (superamento soglie critiche D.M. n° 60/2002 e ss.mm.ii.)
- % popolazione esposta a livelli di inquinamento acustico superiori ai limiti raccomandati

QUALITA' AMBIENTE PROTETTO

- Indice di funzionalità fluviale
- Qualità delle acque interne
- Etc.

Esempi di Carte dei Servizi

- Carta dei servizi turistici e della ricettività
- Carta dell'accoglienza e della prima informazione
- Carta della ristorazione
- Carta dei pubblici esercizi
- Carta dei prodotti locali
- Carta delle marine, approdi e porti turistici

Esempi di Carte dei Servizi

CARTA DEI SERVIZI TURISTICI E DELLA RICETTIVITA'

- Definisce gli standard qualitativi minimi delle strutture ricettive (**hotel, campeggi, agriturismi**, etc,.) e dei servizi turistici presenti sul territorio (**stabilimenti balneari, agenzie di viaggi**, **bus operator**, etc.)
- Include la gestione dei controlli per il mantenimento degli standard e le modalità per la misurazione della soddisfazione dei clienti
- **Non si sovrappone alle "stelle" dei servizi alberghieri**, ma ne completa la proposizione dei servizi incidendo sulla loro qualità
- Una volta costituita nei requisiti di minima, dovrà essere recepita dalle singole strutture ed **eventualmente personalizzata** secondo il modello di servizio che intendono erogare

Esempi di Carte dei Servizi

CARTA DELL'ACCOGLIENZA E DELLA PRIMA INFORMAZIONE

- Definisce gli standard qualitativi minimi delle strutture di prima accoglienza e informazione turistica
- Si riferisce a **pro-loco, uffici informativi (IAT), centri servizi di musei, parchi naturali**, etc.
- Definisce aspetti quali **i servizi effettivamente erogati, il tipo di documentazione distribuita, le modalità di raccolta di suggerimenti e reclami, gli orari di apertura**, etc.

Esempi di Carte dei Servizi

CARTA DEI PRODOTTI LOCALI

- Definisce un **“paniere” di prodotti del territorio** (enogastronomia e artigianato), stabilendo per ciascuno di essi gli **standard di riferimento** perché il prodotto possa considerarsi “locale”
- Ogni produttore dovrebbe recepire la carta e differenziarla secondo le specifiche peculiari del proprio prodotto
- Esprime la volontà e l’impegno a valorizzare i prodotti del territorio di riferimento, che derivano da **materie prime e modalità del processo di lavorazione legate alla propria tradizione**

Esempi di Carte dei Servizi

CARTA DELLE MARINE, APPRODI E PORTI TURISTICI

Definisce un sistema per valutare la qualità dell'offerta prestata da parte delle strutture diportistiche

Prende in considerazione i seguenti requisiti:

- **tecnici di struttura** (n° ormeggi, lunghezza consentita agli scafi)
- **di servizio** (posti di ormeggio, servizi di ormeggio, servizi di rifornimento)
- **di interfaccia** (alaggi esterni, rimessaggi esterni)
- **logistici, gestionali e di rapporto con il territorio**

Esempi di Carte dei Servizi

CARTA DEI PUBBLICI ESERCIZI

- Si rivolge a **ristoranti, bar, pizzerie, gelaterie, pub, locali di ballo, discoteche** e definisce i requisiti di minima per rispondere in modo sistemico a richiesta di sana alimentazione, igiene e sicurezza
- Ogni esercizio potrà recepire i requisiti e personalizzarli in funzione delle specifiche di servizio e di qualità di prodotto erogate dalla propria struttura

Esempi di Carte dei Servizi

IN SINTESI…

- Elaborazione di un documento di "**Linee Guida per la Valorizzazione del Territorio**"
- Costituzione di **tavoli tecnici con gli operatori** finalizzati a definire un protocollo di intenti costituito di varie carte per ciascuna delle categorie coinvolte (ricettività, ristorazione, produttori agroalimentari, accoglienza e prima informazione, etc.) ed eventualmente una carta complessiva per il territorio
- Condivisione ed estensione delle carte per la qualità
- **Promozione** degli aderenti al marchio attraverso strumenti di marketing e promozione
- **Monitoraggio** per la verifica del mantenimento degli standard

ESEMPI DI CARTE DI VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione
dell'Isola di Pantelleria

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

OBIETTIVI DELLA CARTA DI VALORIZZAZIONE

Avviare in termini operativi e sviluppare un processo di valorizzazione delle identità territoriali attraverso la definizione di standard qualitativi e di requisiti gestionali che possano dare evidenza e trasparenza nei confronti della domanda obiettivo.

... in altri termini, s'intende realizzare una carta di valorizzazione atta a favorire: la tutela delle destinazioni; lo sviluppo di prodotti turistici coerenti con le mutevoli esigenze della domanda e di strutture e servizi adatti al raggiungimento di tale scopo e, al contempo, sostenibili sotto il profilo ambientale.

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

LA STRUTTURA DEL DOCUMENTO

La Carta di Valorizzazione consiste di:

- **protocollo d'intesa,** che sancisce le modalità di assegnazione e gestione del marchio
- **requisiti di qualità,** che ciascuna tipologia di soggetti aderenti al marchio si impegna a rispettare.

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

I SOGGETTI CHE POSSONO ADERIRE AL MARCHIO

- istituzioni pubbliche che gestiscono servizi e beni collettivi di interesse diretto e/o indiretto per il turismo;
- tutte le persone fisiche e/o giuridiche operanti in settori produttivi direttamente o indirettamente correlati al turismo, compreso le associazioni, enti, e organizzazioni in genere del terzo settore;

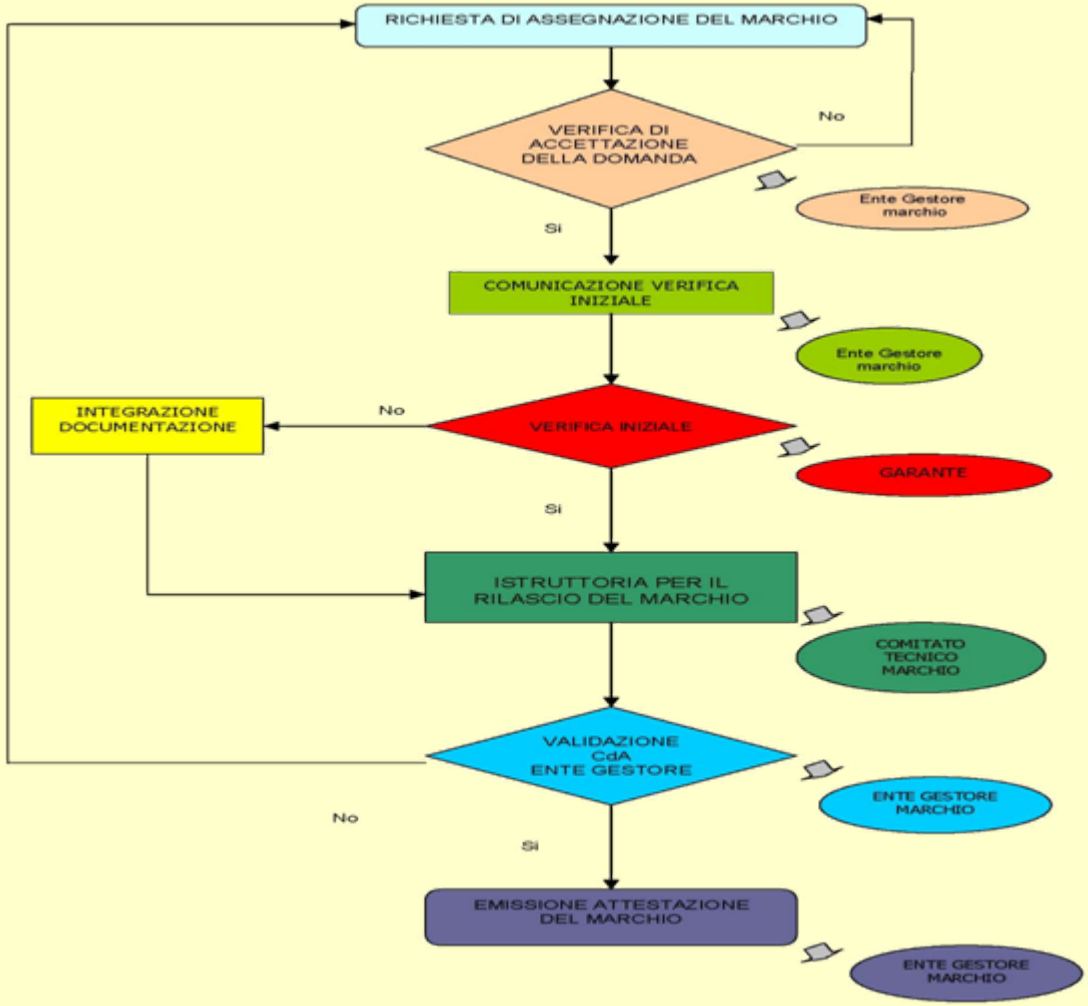
L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

COME SI ACCEDE AL MARCHIO

- Per aderire al marchio di qualità le strutture devono:
  - **sottoscrivere il protocollo d'intesa**, che sancisce le modalità di funzionamento del marchio e i requisiti di qualità
  - **richiedere l'assegnazione** del Marchio al soggetto promotore
  - **sottoporsi alla verifica iniziale, alle successive verifiche di mantenimento e alle eventuali verifiche a campione**

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

La procedura per il rilascio del marchio



L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

GLI ASPETTI CHE VENGONO MONITORATI

I requisiti che devono essere rispettati sono di tre tipi:

- **Ambientali** (gestione di scarichi, rifiuti ed emissioni; gestione risorse idriche, energetiche e di prodotti pericolosi)
- **Gestionali** (mission aziendale, gestione acquisti e valorizzazione tipicità, gestione risorse umane)
- **Comunicativi**

Possono essere specificate **ulteriori iniziative** adottate in tema di sostenibilità ambientale (ad esempio certificazioni ISO 9000, ISO 14001, EMAS II, certificazione biologica prodotti etc.), ovvero eventuali **caratterizzazioni strutturali**

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

TIPOLOGIE DI REQUISITI

Ciascuna tipologia di requisito si divide, a sua volta, in due categorie:

- **requisiti obbligatori**, che devono essere integralmente rispettati per poter accedere al marchio. Sono di carattere legislativo o indispensabili per assicurare gli obiettivi di tutela del territorio
- **requisiti facoltativi,** che contribuiscono al miglioramento della gestione ambientale. Devono comunque raggiungere un punteggio minimo

I requisiti sono gestiti secondo una logica di **miglioramento continuo**. Dopo la verifica iniziale, ciascuna azienda stabilisce gli ambiti di miglioramento che saranno oggetto delle verifiche successive

In caso di mancato rispetto dei requisiti obbligatori o delle "regole d'uso" del marchio, lo stesso **può essere sospeso e successivamente ritirato**

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

MODALITA' DI ASSEGNAZIONE DEI PUNTEGGI

I **requisiti obbligatori** sono ovviamente quelli che devono essere rispettati in toto per potere accedere al marchio.

I **requisiti facoltativi** sono invece quei requisiti legati al miglioramento degli aspetti gestionali riferiti al prodotto/servizio e all'ambiente. Al contrario dei requisiti obbligatori, tali requisiti subiscono da parte del verificatore una valutazione sull'applicazione da parte del richiedente, ovvero:

- 0 = requisito disatteso
- 1 = requisito parzialmente applicato
- 2 = requisito applicato completamente

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

MODALITA' DI ASSEGNAZIONE DEI PUNTEGGI

Esistono inoltre dei **requisiti di carattere strutturale**, riguardanti quindi l'edificio, il mobilio, ecc.,che non sono un presupposto per l'ottenimento del marchio, in quanto possono essere applicati soltanto in caso di ristrutturazioni sostanziali, ma che servono a completare l'approccio di prevenzione ambientale che caratterizza il marchio stesso.

L'applicazione di tali requisiti permette al richiedente di ottenere un punteggio ulteriore, sulla base della valutazione da parte del verificatore, ovvero:

- 0 = requisito disatteso
- 1 = requisito parzialmente applicato
- 2 = requisito applicato completamente

L'ipotesi della Carta di Valorizzazione dell'Isola di Pantelleria

LA PROMOZIONE

I benefici promozionali derivano da:

- **utilizzo diretto del marchio** da parte degli operatori, in accordo a specifiche "regole d'uso"
- **iniziative promozionali attuate dall'ente gestore del marchio**

L'ecoturismo una strategia di sviluppo locale della valle del Torto e dei Feudi

L'ECOTURISMO E LE CARTE DI VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Arch. Vincenzo Palazzolo