

POLITECNICO DI TORINO

Laurea Magistrale

Ingegneria Gestionale, percorso Logistica

Tesi di laurea magistrale

*Analisi della sostenibilità nelle piccole imprese della filiera del
turismo nelle Alte Valli*



**Politecnico
di Torino**

Relatrici:

Alessandra Colombelli

Valentina Biconne

Candidato:

Dario Zappalà

Anno accademico 2021-2022

Sommario

Introduzione	3
Capitolo 1 – Transizione energetica e Sostenibilità	4
1.1 Storia della Sostenibilità.....	4
1.2 La transizione energetica	8
1.3 Transizione energetica e l’influenza del Covid-19.....	10
1.4 Richiamo alle Fonti Rinnovabili	11
1.5 Forme alternative di sostenibilità ambientale.....	16
1.6 Conclusioni.....	18
Capitolo 2 – Turismo	19
2.1 Storia del turismo.....	19
2.2 Storia del Turismo italiano	21
2.3 Turismo post Covid-19	22
2.4 Le sfide del turismo del futuro	24
2.5 Conclusioni.....	26
Capitolo 3 – Il turismo sostenibile	27
3.1 Le basi della sostenibilità	27
3.2 Turismo sostenibile e slow tourism.....	30
3.3 Strumenti di certificazione al turismo sostenibile.....	31
3.4 Corporate Social Responsibility.....	37
3.5 Conclusioni.....	42
Capitolo 4 – DATI	44
4.1 Progetto CUORE INNOVATIVO	44
4.2 Accesso ai dati.....	47
4.3 Raccolta dati.....	53
4.4 Struttura del questionario.....	58
Capitolo 5 – Analisi dei dati	66
5.1 Anagrafica delle imprese intervistate	66
5.2 Analisi Sostenibilità ambientale	69
5.3 Analisi responsabilità sociale.....	74
5.4 Panoramica complessiva sull’intero campione	79
5.5 Analisi categoria <i>servizi di alloggio</i>	81
5.5 Analisi categoria <i>ristorazione</i>	84
5.6 Overview dei risultati per le categorie restanti	86
Conclusioni finali	93
Bibliografia	94

Introduzione

In essere, due sono le maggiori incombenze che l'intero Pianeta e l'Italia in sua piccola parte, devono affrontare: la propagazione e la trasmissione del virus SARS-CoV-2, denominato comunemente Covid19, e la crisi ambientale la cui genesi deriva dalle attività umane che per troppo tempo hanno ignorato gli effetti da queste prodotte. L'evidenza della pandemia è visibile a tutti: centinaia di migliaia di vittime, quarantene, isolamenti, distanziamenti e costrizioni sociali a cui, fino a poco tempo fa non si era in alcun caso abituati. Non di meno gravità la crisi ambientale e il suo correlato surriscaldamento globale che stanno generando lo scioglimento di vaste porzioni di ghiacciai nei poli geografici del globo, e l'estinzione di sempre più numerose razze animali.

Nato da "CUORE INNOVATIVO" (progetto europeo inserito all'intero del PITER "Alte Valli-Cuore delle Alpi" coinvolgente tutta l'area collocata nella fascia occidentale dell'arco alpino), la seguente tesi si concentra sugli effetti e sulla reazione delle imprese del settore turistico allargato dell'area transfrontaliera nordoccidentale, con massima attenzione ai temi della sostenibilità.

Focus principale della tesi in oggetto è la sostenibilità nel settore turistico. Così la struttura del seguente lavoro si articola in tre differenti sezioni: la prima è basata sulla ricerca bibliografica in cui espongono le basi teoriche della letteratura scientifica su cui verge la tesi; la seconda descrive il progetto CUORE INNOVATIVO e la metodologia con cui è stata svolta l'analisi; la terza e ultima parte mostra i risultati ottenuti e li analizza al fine di ottenere dei trend comportamentali green delle imprese coinvolte nella filiera turistica allargata.

La sezione dedicata all'analisi della letteratura di riferimento ha inizio con lo sviluppo ideologico della sostenibilità e con l'argomentazione della crisi ambientale e delle risorse energetiche rinnovabili che possono rallentare il processo di degradazione dettato dall'inquinamento. Successivamente ci si sofferma sull'oggetto principale della tesi, il turismo, con la sua storia e con le difficoltà che sta affrontando a causa della pandemia in atto. In ultima istanza si analizza il concetto di sostenibilità, di turismo sostenibile e di *corporate social responsibility*, quest'ultimo elemento di attenzione delle imprese ai temi ambientali.

Auguro al lettore la volontà e la curiosità nel percorrere questo studio con interesse, inoltre voglio ringraziare le persone a me vicine e lontane che durante questo lavoro mi hanno stimolato a lavorare e ad approfondire sempre di più.

Capitolo 1 – Transizione energetica e Sostenibilità

In questo capitolo verrà ripercorsa la nascita e lo sviluppo della sostenibilità ambientale, target centrale della tesi di studio. Si seguiranno a tal proposito gli step che hanno portato all'attenzione sempre maggiore delle attività umane rispetto al territorio circostante. Verrà ulteriormente analizzata così la transizione energetica, prima disciplina funzionale alla così delineata rivoluzione verde che mira a rendere realizzabile l'indipendenza energetica da fonti fossili. In seguito, verrà svolto un breve excursus sulle fonti rinnovabili e infine si approfondiranno alcune pratiche ancora a favore della sostenibilità ambientale

1.1 Storia della Sostenibilità

I concetti di sviluppo e di crescita illimitata sono spesso stati confusi con quello di progresso così come in modo errato si è perseguita l'idea che la prosperità economica sia sovrapponibile all'idea di benessere e qualità della vita. Dalla rivoluzione industriale in poi il modello di produzione e consumo lineare si è sempre basato sull'assunzione di due principi: la possibilità di un inesauribile approvvigionamento di risorse energetiche fossili e materie prime non rinnovabili, e una potenzialità illimitata di autodepurazione degli ecosistemi naturali.

Dalla fine degli anni Sessanta, tuttavia, il modello di sviluppo economico a crescita infinita comincia ad essere oggetto di attenzione e di critiche, mosse a partire da una nuova consapevolezza sulla capacità limitata e finita della Terra di fornire risorse (materie prime, acqua, energia) e di assorbire inquinanti (rifiuti solidi, emissioni in atmosfera, acque reflue, ecc.). È dell'aprile del 1968 la fondazione del Club di Roma, un'associazione voluta dall'imprenditore italiano Aurelio Peccei, costituita da scienziati, economisti, uomini d'affari, attivisti dei diritti civili, alti dirigenti pubblici internazionali e capi di Stato, che getta le basi per un nuovo approccio e per una piena consapevolezza sui limiti dello sviluppo, *The Limits to Growth* (Meadows D., 1972), e su quanto poi in seguito verrà definito sviluppo sostenibile. Si comincia a delineare un nuovo principio di stabilità economica ed ecologica, che verrà poi ripreso da Kenneth Ewart Boulding, economista, pacifista e poeta inglese con il suo famoso aforisma: *“Chi crede che una crescita esponenziale possa continuare all'infinito in un mondo finito è un folle, oppure un economista”*,

dove si sottolinea in modo ironico la critica feroce al preesistente modello basato sulla crescita illimitata. L'assunto principale è che le risorse naturali sono limitate e quindi non si può immaginare un sistema votato ad una crescita infinita e il miglioramento delle condizioni di vita deve essere raggiunto senza aumentare i consumi. La sostenibilità allude dunque alla proposta di organizzarsi collettivamente in modo che la diminuzione della produzione di beni non costituisca riduzione dei livelli di civiltà. Il concetto di sostenibilità venne discusso per la prima volta nel 1972 alla Conferenza di Stoccolma, indetta dall' Organizzazione delle Nazioni Unite, in cui si cominciò a parlare in merito alle possibili soluzioni da adottare per la tutela dell'ecosistema naturale. Durante la Conferenza, venne redatto un piano di azione ed una Dichiarazione, riguardanti i diritti e le responsabilità dell'umanità in relazione all'ambiente e la necessità di assicurare al mondo uno "sviluppo compatibile" che mantenesse il benessere sociale pur salvaguardando e distribuendo le risorse naturali in considerazione delle necessità delle generazioni future (UN, 1972). Successivamente, nel 1984, si costituì la World Commission on Environment and Development (WCED) che, nel 1987, pubblicò, sotto la presidenza della norvegese Gro Brundtland, il fondamentale documento "Our Common Future", noto anche come "rapporto Brundtland" (UN, 1987). In esso, forse per la prima volta, si pone in evidenza il legame causale tra esigenze di sviluppo e protezione dell'ambiente, fornendo la nota definizione di sviluppo sostenibile, come lo "sviluppo che soddisfa i bisogni della presente generazione senza compromettere la capacità delle future di soddisfare i propri". Il mondo si trova davanti ad una sfida globale a cui può rispondere solo mediante l'assunzione di un nuovo modello di sviluppo definito "sostenibile" che tiene conto delle tre dimensioni, ambientale-sociale-economica, nonché della sostenibilità istituzionale.

La sostenibilità è raggiungibile solo tramite l'interconnessione di tutte le dimensioni. In quest' ottica, la sostenibilità non è da intendersi come stato immutabile, bensì come un processo continuo di ricerca di un equilibrio dinamico, continuamente messo in discussione dalle pressioni provenienti dal tentativo di raggiungere obiettivi molteplici e talvolta conflittuali. Inoltre, queste dimensioni sono strettamente correlate tra loro e necessitano di essere analizzate in una visione sistemica, come elementi che insieme contribuiscono al raggiungimento di un fine comune.

La sostenibilità è incompatibile da un lato con il degrado ambientale e il consumo irreversibile delle risorse naturali, e dall'altro con la povertà e il declino economico, la violazione dei diritti, della dignità e della libertà umane.

La sostenibilità sociale è considerata come il raggiungimento di sempre più elevati standard di vita per una crescente parte di popolazione, senza compromettere la stabilità degli ecosistemi né la riproducibilità delle risorse naturali.

Considerando la definizione di sviluppo sostenibile presente nel Rapporto Brundtland e tenendo presente i successivi principi della Dichiarazione di Rio de Janeiro del 1992, la definizione di sostenibilità assume un ulteriore obiettivo da raggiungere: l'equità

sociale. Questa è riferita a due scale temporali: equità intra-generazionale, che implica parità di accesso alle risorse ambientali, economiche, sociali e culturali da parte di tutti i cittadini del Pianeta, con particolare riferimento ai soggetti più svantaggiati, e equità inter-generazionale che implica pari opportunità fra successive generazioni, e consiste nel gestire gli impatti delle attività umane, senza precludere alle generazioni future la fruizione dell'ecosistema e delle sue risorse, nei modi e nella misura in cui ne fruiscono le presenti generazioni.

La sostenibilità sociale si basa sul concetto di equità sociale come principio etico, poiché la sostenibilità non è verificabile in condizioni di disuguaglianza nella distribuzione del reddito e nelle condizioni di vita.

Il legame tra sviluppo economico ed etica della responsabilità ispirò poi la United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), meglio conosciuta come "Summit sulla Terra", tenutasi a Rio de Janeiro nel giugno del 1992. L'obiettivo dei 183 Paesi che vi parteciparono fu quello di instaurare *"una nuova ed equa partnership globale attraverso la creazione di nuovi livelli di cooperazione tra gli Stati, i settori chiave della società ed i popoli, procedendo verso la conclusione di intese internazionali dirette a rispettare gli interessi di tutti e a tutelare l'integrità del sistema globale dell'ambiente e dello sviluppo"*.

Nella Conferenza venne stipulata la Dichiarazione di Rio 11 e l'Agenda 21. In questi documenti la partecipazione democratica, l'eliminazione della povertà e la cooperazione internazionale emersero come condizioni necessarie per lo sviluppo sostenibile. Inoltre, durante il Summit Ambiente e Sviluppo di Rio venne istituita la United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), con la quale il mondo prese atto che, a causa delle attività umane, la temperatura media globale è in progressivo aumento e che occorre perciò intervenire per limitare la concentrazione atmosferica dei gas serra.

Nel 2012, l'Assemblea generale delle Nazioni Unite indisse la United Nations Conference on Sustainable Development (UNCSD), chiamata RIO+20, con lo scopo di rinnovare l'impegno politico per lo sviluppo sostenibile e di verificare l'attuazione degli impegni internazionali assunti in precedenza. Durante la Conferenza vennero individuati una serie di obiettivi di sviluppo sostenibile che verranno poi declinati tre anni più tardi all'interno dell'Agenda 2030, di facile comunicazione e applicabili in tutti i Paesi. Il 2015 è un anno cruciale per questi temi. A maggio viene pubblicata la già citata Lettera Enciclica *Laudato si'*, che, come afferma Papa Francesco (2015), vuole essere "un invito urgente a rinnovare il dialogo sul modo in cui stiamo costruendo il futuro del pianeta e a prendere dolorosa coscienza, osare e trasformare in sofferenza personale quello che accade al mondo, e così riconoscere qual è il contributo che ciascuno può portare". La *Laudato si'* rappresenta un documento scientifico straordinario per l'analisi condotta sulla situazione ambientale globale e per le soluzioni identificate.

Forse non è un caso che a pochi mesi di distanza all'enciclica facciano seguito a

luglio la Conferenza di Addis Abeba per un nuovo Piano d'azione globale per il finanziamento allo sviluppo, a settembre la firma dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, che contiene indicazioni sulle azioni da intraprendere per un futuro equo e sostenibile nel lungo periodo, e a dicembre la XXI Conferenza delle Parti sul Clima, o COP 21, di Parigi (2015). L'Agenda 2030 comprende 17 obiettivi, i Sustainable Development Goals (SDGs), e 169 target che rappresentano le linee guida e i principi di un programma universale e indivisibile, applicabile in maniera globale in tutti i Paesi. Innanzi tutto, emerge la natura integrata dello sviluppo sostenibile e la paritetica importanza delle tre dimensioni: economica, sociale e ambientale. I principi, inoltre, sui cui si basa l'Agenda 2030 sono: un approccio basato principalmente sui diritti umani, l'urgenza di preservare il Pianeta, la responsabilità intergenerazionale, la necessità di inclusione, solidarietà, partecipazione, trasparenza e rendicontazione.

L'Accordo di Parigi del 2015 impegna i 184 Stati che lo hanno ratificato ad adottare azioni per il contenimento del riscaldamento globale, possibilmente limitando la crescita di temperatura a 1,5 gradi centigradi rispetto all'era preindustriale. Nel dicembre del 2018 la COP24 di Katowice, Polonia, ha avuto l'obiettivo di rendere l'accordo operativo tramite l'approvazione unanime del "Rulebook di Parigi" e definire così i criteri di rendicontazione, monitoraggio e revisione degli impegni.

Infine, l'European Green Deal, 50 azioni entro il 2050 (2019), licenziato dalla Commissione Europea nel dicembre del 2019, che rappresenta il manifesto delle strategie e delle azioni necessarie per salvare il Pianeta. Riconoscendo la necessità di un cambiamento sistemico e profondo dell'economia, l'Europa definisce modalità e tempi per una transizione verde energetica e per mobilità e trasporti, introduce nuove e stringenti norme contro l'inquinamento, identifica misure per proteggere la biodiversità, stabilisce l'urgenza di passare a una "economia circolare", capace di ridurre drasticamente l'uso di materie prime vergini e la generazione di rifiuti e di riciclare indefinitamente i materiali usati nella produzione industriale.

L'Europa si prefigge l'obiettivo di diventare neutrale dal punto di vista climatico entro il 2050 e si candida ad essere il riferimento per il resto del mondo sul tema della transizione energetica guidando lo sforzo internazionale contro il cambiamento climatico. **[1]**

1.2 La transizione energetica

Dal paragrafo precedente si approfondisce l'attenzione sempre maggiore verso il territorio e verso l'impatto ambientale causato dalle attività, attenzione che si configura col nome di sostenibilità ambientale. Così, obiettivo del seguente paragrafo è quello di valutare la transizione energetica, aspetto primario per il raggiungimento della sostenibilità ambientale.

Attualmente, il cambiamento climatico è oggetto di grande interesse in tutto il mondo, da parte sia delle comunità scientifiche che politiche. Il clima ha sempre subito delle variazioni, ma ciò che è allarmante è proprio la sua velocità di cambiamento nelle ultime decadi, in cui si registra infatti una crescita costante di emissioni di diossido di carbonio, la cui sovrabbondanza nella nostra atmosfera è responsabile dell'effetto serra. A partire dalla prima rivoluzione industriale, svoltasi durante la seconda metà del XIX secolo, l'uso mondiale di carburanti fossili sempre maggiore ha portato a una rapida crescita di emissioni di diossido di carbonio. Sono le tecnologie che permettono lo sfruttamento di fonti energetiche rinnovabili a consentire una riduzione degli impatti ambientali, essenziali ai bisogni sociali ed economici, presenti e futuri.[2]

Così in questo contesto emergenziale, il sistema energetico mondiale negli ultimi decenni sta attraversando un periodo di grande trasformazione verso soluzioni sempre più sostenibili: la così detta "Transizione energetica" o "Rivoluzione industriale verde". Il continuo sviluppo economico mondiale e una qualità di vita sempre più alta sono i motivi di un costante aumento del consumo energetico. Ad oggi però tale fabbisogno è coperto prevalentemente da impianti a combustibili fossili, principali responsabili di emissioni di inquinanti in atmosfera. Come osservato attraversando la storia dell'ideale di sostenibilità, a partire dagli anni 90' si è assistito ad una presa di coscienza globale riguardo le problematiche ambientali e così nel 1997, con il protocollo di Kyoto, è stata sancita la volontà da parte delle istituzioni di contrastare il riscaldamento globale e di ridurre l'impronta ecologica umana. Questa decisione è stata ribadita nel dicembre 2015 durante la conferenza di Parigi sul clima (COP21), nella quale 197 paesi hanno confermato il loro impegno per la lotta contro i cambiamenti climatici stipulando il primo accordo universale e giuridicamente vincolante: l'accordo di Parigi. L'obiettivo a lungo termine di tale accordo è quello di contenere l'aumento della temperatura globale ben al di sotto di 2°C. Per raggiungere questo target è necessario che le economie di tutto il mondo, in particolare i paesi in forte crescita economica si impegnino a intraprendere un percorso sostenibile volto alla decarbonizzazione di tutti i settori. L'Unione Europea è in prima linea per la lotta ai cambiamenti climatici: infatti

l'obiettivo definito nel Green New Deal Europeo è quello di raggiungere la neutralità climatica entro il 2050 da parte di tutti gli stati membri. Il piano d'azione è volto a trasformare le problematiche climatiche in opportunità per promuovere un'economia più pulita ed inclusiva per tutti. Tra i primi interventi vi è la decarbonizzazione del settore energetico che causa il 75% delle emissioni di inquinanti. Con il pacchetto "Clean energy for all Europeans", pubblicato nel maggio 2019, l'UE propone lo sviluppo di un sistema energetico più sicuro, sostenibile e competitivo, basato sulle fonti energetiche rinnovabili. [3]

Con la transizione energetica, i fabbisogni energetici mondiali, tutt'ora coperti in maggioranza da impianti a fonti fossili, verranno soddisfatti in misura sempre maggiore da impianti rinnovabili. Di seguito un grafico che mostra i consumi globali di energia primaria per fonte:

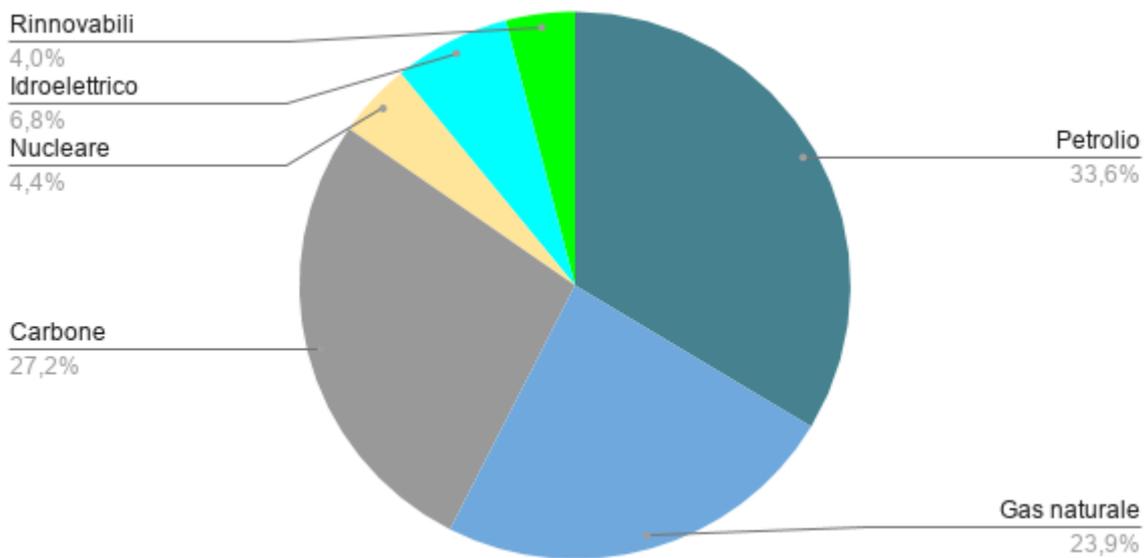


Tabella 1.1: I numeri del petrolio, OggiScienza.it

Si nota così che il terzetto delle fonti fossili conta più dell'80%. Rinnovabili e idroelettrico si attestano al 11%, mentre il nucleare è sotto il 5%. Le rinnovabili sono il settore maggiormente in crescita, anche se in termini assoluti il distacco con le fonti fossili rimane ancora molto ampio [4]

1.3 Transizione energetica e l'influenza del Covid-19

In riferimento all'attualità e allo stato emergenziale pandemico, è impensabile la trattazione di qualsivoglia tema economico-sociale svincolato dall'influenza del Covid-19. Così in questo capitolo si proverà a delineare l'influenza di quest'ultimo sulla transizione energetica. Tale approccio sarà riproposto nei capitoli successivi, quando verrà analizzato il tema del turismo, la cui influenza pandemica ha generato un fenomeno turistico particolare, definito dalla letteratura "slow tourism". Il 2020 oltre al tragico impatto sulla salute mondiale ha avuto infatti notevoli conseguenze anche sul settore energetico.

Nel "Global energy Review 2020" redatto da IEA (International Energy Agency), si dichiara che la domanda globale di energia è diminuita del 3,8% nel primo trimestre del 2020. [4]

Inizialmente è stata la domanda globale di carbone a subire una forte decrescita poiché la più grande economia basata sul carbone, la Cina, è stata la prima ad essere colpita dal Covid-19. La crisi si è poi estesa alle economie di tutto di mondo: in aprile si è raggiunto un minimo storico dei prezzi del petrolio, principalmente a causa della riduzione della mobilità e dell'aviazione. L'impatto della pandemia sulla domanda di gas è stato più moderato. A mostrare una grande resilienza, specialmente nella produzione di energia elettrica, sono state le rinnovabili che anzi hanno visto un aumento della domanda. In Europa, per la prima volta in assoluto, la produzione di elettricità da fonti rinnovabili ha superato quella dei combustibili fossili. L'incremento in particolare delle fonti rinnovabili non programmabili ha portato alla luce alcune criticità sulla sicurezza del sistema elettrico causando in molti casi un incremento dei costi di gestione. Ciò è stato dovuto maggiormente a causa della natura improvvisa ed inattesa dell'emergenza; negli scenari futuri si prevede di accompagnare questa transizione con l'adeguato adattamento dei sistemi elettrici.

In Italia le misure di confinamento, che includevano la chiusura di attività industriali e commerciali, hanno registrato un crollo del consumo e della domanda di energia nel primo quadrimestre, in particolare nel mese di aprile si è assistito ad una flessione della domanda di energia elettrica del 17,2% rispetto allo stesso mese del 2019. Dal mese di maggio, con la fine del lockdown e la riapertura di molte attività commerciali, è iniziata una lenta e graduale ripresa della richiesta di energia elettrica. [5].

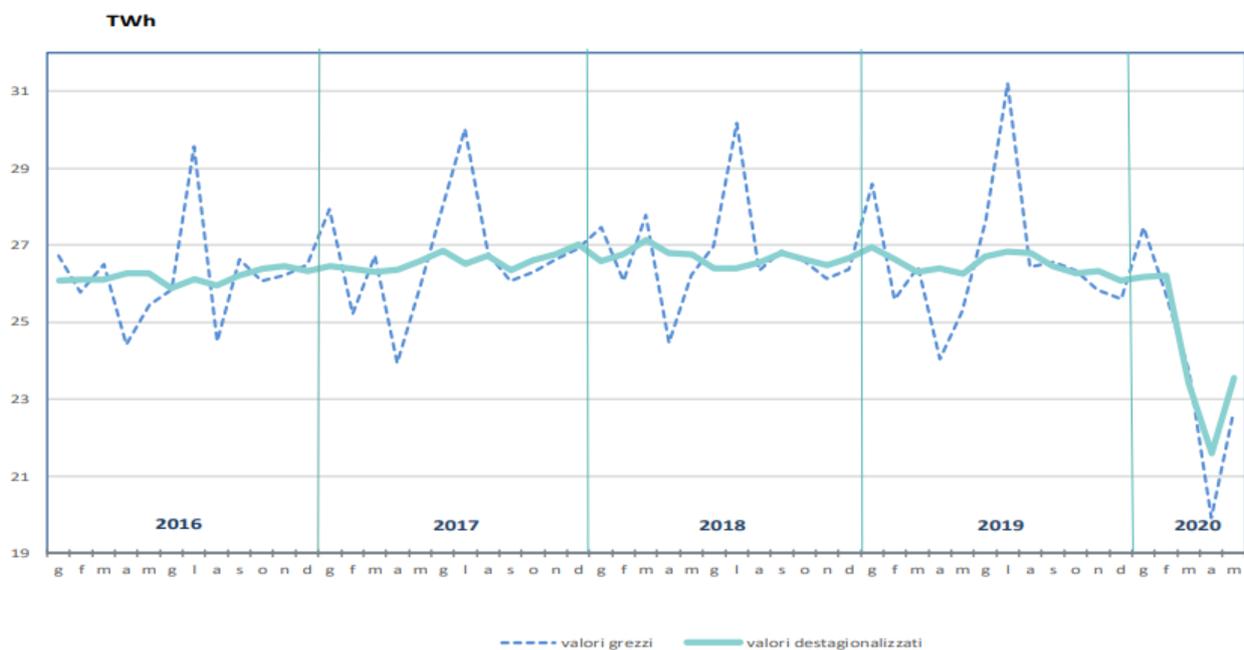


Tabella 1.2: Rapporto mensile maggio 2020, TERNA

1.4 Richiamo alle Fonti Rinnovabili

Come detto precedentemente, la crescita del fabbisogno energetico dovuta all'espansione della popolazione mondiale porta ad un maggior consumo di energia, la cui produzione è basata principalmente sullo sfruttamento di fonti fossili. Le sfide generate da questo fenomeno sono principalmente l'esaurimento delle stesse fonti, l'impatto ambientale legato al loro utilizzo e disaccordi geopolitici esacerbati dalla continua fluttuazione dei costi del petrolio. Nonostante gli evidenti vantaggi derivanti dalle risorse rinnovabili, esistono comunque delle complicanze: la discontinuità generative di queste dovute al susseguirsi delle stagioni evidenziano la loro dipendenza dal clima, e ciò implica metodi di design, di progettazione e di controllo avanzati. Fortunatamente il continuo sviluppo tecnologico in ambito hardware e software sta permettendo ai ricercatori di svolgere tali ottimizzazioni in tale settore.

Di seguito una tabella che elenca le varie fonti energetiche rinnovabili alla base della transizione energetica:

Fonti energetiche	Conversione energetica
Idroelettrica	Dighe e sistemi di sfruttamento dei flussi idrici
Biomassa	Sistemi di sfruttamento dei processi pirolitici
Geotermica	Pompe di calore
Solare	Fotovoltaico
Eolica	Pannelli eolici
Onde marine	Numerosi design, sistemi di sfruttamento della marea

Una trattazione più dettagliata delle fonti rinnovabili, e delle tecnologie in uso per il loro sfruttamento brevemente sarà riassunta di seguito.

Fonte idroelettrica

L'energia idroelettrica è l'energia derivante dallo sfruttamento di grandi masse d'acqua messe in movimento dalla forza di gravità e che vengono convogliate in impianti di produzione di energia elettrica chiamate centrali idroelettriche; le quali sfruttano la velocità dell'acqua creata grazie a dei punti di condotta forzata, dove l'acqua viene convogliata a grande velocità. Questa fonte energetica ha un potenziale infinito grazie all'abbondanza di questo elemento sul nostro pianeta, ma la costruzione di questi impianti ha un impatto che dev'essere misurato, non solo dal punto di vista economico, ma anche dal punto di vista ambientale. Per questo motivo, a differenza delle altre fonti rinnovabili, questa presuppone la costruzione di dighe che potrebbero andare a rovinare l'ecosistema in determinate zone, o addirittura creare dei disastri ambientali come abbiamo visto per la diga del Vajont. L'utilizzo di questa energia, quindi, nonostante sia rinnovabile e ad impatto zero dal punto di vista delle emissioni, deve essere molto controllato a causa delle probabili ripercussioni ambientali.

[6]

Biomassa

La bioenergia è una fonte di energia rinnovabile derivante da fonti biologiche. Essa viene usata per esempio per alcuni tipi di trasporto con il biodiesel, per la generazione di elettricità, la cottura e il riscaldamento. Le fonti usate per la generazione di elettricità da biomasse comprendono residui del legno, residui agricoli, e dell'allevamento. Questa forma di energia allora permette lo sfruttamento di scarti organici, e la trasformazione di questi in input energetici permette la green economy.

La produzione globale di biocarburanti è relativamente bassa, ma in continuo aumento. I report scientifici dichiarano che il consumo annuale di biodiesel negli Stati Uniti era di 15 miliardi di litri nel 2006. È cresciuto ad un tasso del 30-50% all'anno per raggiungere un obiettivo annuale di 30 miliardi di litri alla fine del 2012.

[2]

La Direttiva Europea 2009/28/CE, ripresa da tutta la legislazione ad essa referente, definisce la biomassa come "la frazione biodegradabile dei prodotti, rifiuti e residui di origine biologica provenienti dall'agricoltura (comprendente sostanze vegetali e animali), dalla silvicoltura e dalle industrie connesse, comprese la pesca e l'acquacoltura, nonché la parte biodegradabile dei rifiuti industriali e urbani". Le biomasse e i combustibili da esse derivati, come si può leggere dell'articolo di Rinnovabili.it del 2020, emettono nell'atmosfera, durante la combustione, una quantità di anidride carbonica più o meno corrispondente a quella che viene assorbita in precedenza dai vegetali durante il processo di crescita. Possiamo quindi dire che, l'utilizzo di questa energia non ha esattamente un impatto nullo sull'inquinamento terrestre, ma che l'impatto derivante dall'utilizzo di questa fonte viene azzerato grazie ai processi vitali della vegetazione che viene consumata con esso. Le tecnologie che sfruttano questa energia hanno diversi processi:

- Processi termochimici – sono quelli più utilizzati e sono, molto più semplicemente, i processi che sfruttano la combustione della biomassa per la produzione di energia.
- Processi biochimici – sono processi che sfruttano la formazione di gas, derivanti dal ciclo vitale di piante e animali, per la produzione di energia rinnovabile.

Queste fonti di energia, soprattutto i processi termochimici, si caratterizzano per avere bassi costi di impianto che quindi giustificano il risparmio irrisorio, derivante dall'adozione delle stesse, rispetto alle tecnologie sopracitate **[6]**

Energia geotermica

L'energia geotermica si basa sullo sfruttamento del calore naturale del pianeta Terra derivante dal nucleo terrestre.

Questa fonte però costituisce oggi meno dell'1% della produzione mondiale di energia; tuttavia, uno studio dell'MIT (Massachusetts Institute of Technology) condotto su questa energia rinnovabile, afferma che potrebbe essere l'energia più efficiente di tutte le altre viste fino ad ora. Il consumo mondiale di energia, infatti, ammonta a un totale di 0.5ZJ, mentre potrebbe essere possibile sfruttarne 2000ZJ dal

calore della Terra. Potendo sfruttare questa energia non solo si potrebbe fornire energia pulita per i prossimi 4000 anni ma bensì rendere inutili tutte le altre fonti.

Lo sviluppo di un campo geotermico richiede un elevato impiego iniziale di capitale, visto che gli impianti che si devono andare ad adottare sono ancora in fase di sviluppo, a cui segue un relativo basso costo operativo.

La geotermia è la fortuna energetica dell'Islanda, dove l'85% delle case è riscaldato con questa fonte energetica [6]. L'origine di questa fonte è allora legata alla struttura interna del pianeta e anche se è presente nella crosta terrestre in quantità enormi, essa è distribuita in modo disomogeneo, raramente concentrato, e spesso presente a profondità troppo grandi per essere sfruttate meccanicamente. Il gradiente geotermico medio è di circa 30 °C/km, ma esistono zone dove il gradiente è ben al di sopra di quello medio. Il calore viene estratto dai serbatoi geotermici usando tecnologie specifiche. Questi si definiscono serbatoi idrotermali, mentre i serbatoi che sono soddisfacentemente caldi ma che vengono migliorati con la stimolazione idraulica sono chiamati sistemi geotermici potenziati. [2]

Energia solare

È un tipo di energia che funziona a flusso e non a stock, il che significa che l'utilizzo prolungato della stessa non ne diminuisce la disponibilità visto che continua a confluire. Questo tipo di energia può essere prodotta in diversi modi:

- Solare fotovoltaico – permette di trasformare l'energia solare in energia elettrica in modo diretto ed istantaneo grazie ai pannelli solari.
- Solare termico – permette di produrre riscaldamento, di acqua o ambienti, grazie alla trasformazione del calore solare in calore termico.

Si deve evidenziare che ci sono anche degli svantaggi da tenere in considerazione. Il principale deriva dai costi di installazione e manutenzione che sono più alti di quelli delle classiche fonti fossili e, in secondo luogo, bisogna specificare che è una fonte non programmabile, il che significa che la produzione di energia può variare a seconda del tempo meteorologico. Queste debolezze però si possono contrastare in maniera molto efficace dicendo che i costi di impianto sono elevati, ma una volta sopportata la spesa iniziale il risparmio sulla bolletta riuscirà a ripagare in pochi anni questa spesa, e che dipende dalle condizioni atmosferiche, ma grazie alle nuove tecnologie si può immagazzinare un grosso quantitativo di energia utilizzabile nelle giornate dove i raggi del sole non riescono a produrre energia sufficiente per la richiesta della stessa. [6]

Energia eolica

L'energia eolica è una fonte che, come il fotovoltaico, non è programmabile il che significa che non si può prevedere esattamente quanta energia produrrà nel corso della giornata.

Questo tipo di energia viene prodotta tramite l'utilizzo delle così dette "pale eoliche": impianti formati da un grosso palo centrale che termina con un'elica che grazie alla forza del vento ruota e riesce a produrre energia elettrica.

Questi impianti solitamente non sono mai costruiti singolarmente, ma vengono costruite delle zone esclusivamente adibite ad essi. Da questo si possono distinguere due tipi di parchi eolici: on-shore e off-shore.

- Il parco eolico on-shore – è un tipo di parco eolico che viene costruito nelle zone pianeggianti, che solitamente sono a pochi km dal mare o addirittura sulle coste, e soggette a forti venti. La considerazione principale da fare, però, è che i luoghi di costruzione di questi parchi sono soggetti a venti incostanti che quindi potrebbero non riuscire a sopportare, in alcune giornate poco ventose, la richiesta di energia. C'è però da specificare che, grazie alle ridotte dimensioni di questi impianti, possono venir installati anche su tetti di abitazioni private o condominiali e utilizzati per la produzione di energia privata con un calo dei costi molto significativo.
- Parco eolico off-shore viene invece costruito in zone più lontane dal mare o dalle coste degli oceani e per questo hanno una maggior stabilità di produzione di energia elettrica, infatti, grazie all'enorme distanziamento dalle zone abitate, possono venir costruiti aree di dimensione molto vaste che permettono la produzione di grossi quantitativi di energia. Questo tipo di parchi, però, ha lo svantaggio di richiedere costi di impianto e manutenzione molto elevati, a causa dell'estensione e del numero di turbine. Questi vengono tuttavia assorbiti in pochi anni dal risparmio che si crea grazie alla loro adozione [6]

Onde marine

L'energia marina, detta anche oceanica, viene sfruttata grazie a delle tecnologie che permettono l'utilizzo della forza derivante dal moto ondoso, dalle maree o quella delle correnti, per creare energia rinnovabile. Dallo studio fatto da Wekiwi nel 2020 possiamo capire come anche questa, oltre alle altre energie viste in questo capitolo, ha il vantaggio di avere un impatto ambientale nullo e, grazie alla similitudine con gli impianti idroelettrici, i costi di costruzione potrebbero essere ridotti enormemente. Il problema sta nel fatto che non tutti i luoghi sono idonei per la costruzione di questo tipo di impianti, ed inoltre l'enorme dimensione di questi porta ad aumentare enormemente i costi di costruzione e di manutenzione. A peggiorare la situazione

resta il fatto che con le tecnologie attuali non siamo ancora in grado di sfruttare appieno le potenzialità di questa energia, non riuscendo ad ammortizzare i costi di impianto con i risparmi futuri. Questa tecnologia è quindi ancora in una fase embrionale, il che però non scoraggia gli esperti del settore che si spingono a dire che, visto l'enorme potenzialità, potrebbe diventare la principale fonte di produzione di energia rinnovabile in un futuro molto prossimo.

[6]

1.5 Forme alternative di sostenibilità ambientale

Limitare il concetto di sostenibilità ambientale all'uso sempre più massivo di fonti energetiche rinnovabili è riduttivo. Obiettivo del seguente paragrafo è allora quello di mostrare come esso può esplicitarsi nel settore edilizio o in contesti urbani. La ricerca di tecniche edilizie non convenzionali vede oggi una rinnovata diffusione in relazione alla crescente sensibilità ambientale, declinata in termini di risparmio energetico degli edifici e di riduzione delle emissioni di gas clima alteranti. Tali tecniche sono certamente antiche affondano in saperi consolidati su scala locale, e rappresentano un esempio molto efficace di modalità di costruzione in grado di ridurre il consumo di energia nella fase di utilizzo, di impiegare le risorse in modo efficiente, di attingere a materiali locali a basso impatto ambientale:

- La terra cruda diffusa in Sardegna e in tutto il territorio della Pianura Padana, come materiale da costruzione e come intonaco;
- la pietra e il "sasso", più frequenti in montagna; la paglia utilizzata sia come tamponamento esterno sia come additivo alle argille;
- la canapa che sta vivendo un importante ritorno in vari campi del settore costruzioni;
- la calce naturale. Il vantaggio nell'utilizzo di tecnologie non convenzionali è duplice: da una parte questi materiali risultano sostenibili nel loro ciclo di vita e dall'altra migliorano il grado di comfort degli ambienti.

Essi sono caratterizzati da proprietà comuni che ne identificano la sostenibilità: si tratta prevalentemente di materiali di scarto oppure disponibili ad approvvigionamento locale di facile reperibilità. Presentano ulteriormente ottime proprietà geotermiche e quindi creano un ambiente interno molto equilibrato, sono buoni accumulatori di calore e ottimi fonoisolanti e infine la loro lavorazione, correttamente effettuata, non comporta alcun rischio per la salute e per l'ambiente. Un altro esempio è dato dalle case di paglia nate alla fine dell'800 negli Stati Uniti, in Nebraska. In quella zona povera di pietre e legname, i coloni si adattarono ad utilizzare la paglia, l'unica materia prima a disposizione. Col passare del tempo le case

in paglia si rivelarono confortevoli e capaci di garantire un ottimo isolamento termico. Dal punto di vista strutturale l'obiettivo di queste costruzioni era fondamentalmente quello di reggere il tetto, ovviamente oltre al peso proprio, con una struttura continua di paglia. Questo metodo viene chiamato "Nebraska style", o "load-bearing". Verso la fine del secolo scorso si ripropose la tecnica in Gran Bretagna e pian piano in tutto il mondo e in Italia. Nelle costruzioni che attualmente hanno usato questa tecnica, la paglia non risulta un elemento portante, ma viene usato come tamponamento di una struttura in legno che regge il peso del tetto.

La paglia è un materiale di scarto della produzione di cereali (grano, orzo, segale, avena, ecc.), con una composizione chimica simile a quella del legno. La casa realizzata con balle di paglia, pur utilizzando un materiale povero, consente di raggiungere alte performance di efficienza energetica, di comfort ambientale e, contemporaneamente, di mettere in atto soluzioni sostenibili (Bonoli, 2014).

Tra i materiali naturali tradizionali ma non convenzionali spicca la canapa, utilizzata fin dai tempi antichi per ricavare fibre lunghe e tenaci, adatte a produrre soprattutto tessuti, corde e vele. Gli usi di questa pianta sono assai diversificati e oggi questa versatilità, unita ad una coltura agricola a basso impatto ambientale, ha portato molti a considerarla una materia prima di grande interesse per il futuro.

Dalla pianta si ricava la fibra (ad uso tessile), la stoppa (fibra di qualità inferiore non adatta a uso tessile) e il canapulo, cioè il residuo legnoso che si è scoperto essere un eccellente isolante, che diventa duttile se additivato con leganti naturali, come la calce. L'unione di questi materiali è alla base della realizzazione di bio-materiali da costruzione che possono essere utilizzati sia per la creazione di edifici caratterizzati da ottime proprietà termiche sia per la creazione di ambienti dall'alto confort abitativo. La miscela di calce e canapa è un materiale interessante per costruzioni sostenibili, ad alto risparmio energetico ed ambientale, essendo un materiale 'carbon negative' che assorbe e trattiene carbonio, riducendo le emissioni attive di anidride carbonica in atmosfera. La canapa, infatti, è una materia prima rinnovabile a breve termine (pianta annuale) con un forte potere di compensazione di CO₂. La calce è un legante sostenibile sotto il profilo ambientale, perché in grado di riassorbire parte della CO₂ emessa in fase di calcinazione.

La sostenibilità deve coinvolgere tutte le fasi del ciclo di vita della costruzione e la presenza di materiali tradizionali, ma non convenzionali, utilizzati come materiali da costruzione in sostituzione di altri come il cemento, sembra proprio dare un contributo importante in questa direzione. L'evoluzione delle tecniche non convenzionali può essere una strada percorribile proprio per il futuro dell'edilizia, attingendo alle conoscenze del passato, in parte abbandonate, che però possono avere elevato grado di efficienza, se opportunamente studiate, adattate ed applicate.

[1]

Brevemente in contesti urbani, la sostenibilità ambientale trova ragion d'essere anche nella cura e nell'impegno dei cittadini nello sfruttamento delle risorse ambientali a loro disponibili. Per esempio, in Europa sono sempre più numerose le città che propongono ai cittadini forme di mobilità alternative, mediante la progettazione di piste ciclabili urbane sempre più capillari e forme di promozione dei mezzi pubblici, le quali stimolano il non utilizzo del proprio mezzo e favorisce quindi minori emissioni di inquinanti.

1.6 Conclusioni

Dal rapporto Brundtland si evince che il progresso sostenibile è uno *“sviluppo che soddisfa i bisogni della presente generazione senza compromettere la capacità delle future di soddisfare i propri”*. Si sono quindi analizzate le tecnologie di supporto e alcuni espedienti alla base della transizione energetica, quest'ultima trattata anche in riferimento alla situazione sanitaria emergenziale costituita dal proliferare del virus Covid-19. Garantire l'approvvigionamento energetico e contenere l'impatto del cambiamento climatico dovuto allo sfruttamento di fonti idrocarburiche, diventano così le principali sfide che il settore energetico si impone di intraprendere per la strada verso un futuro sostenibile. In conclusione, di questa prima parte di lavoro occorre evidenziare ancora una volta che nell'affrontare il cambiamento climatico e più in generale le sfide dettate dalla crisi ambientale, non basta la sopra citata trasformazione energetica, occorre ulteriormente un cambiamento dei nostri stili di vita orientandoci a comportamenti di acquisto e abitudini di vita meno gravosi verso il territorio in cui si vive.

Capitolo 2 – Turismo

La trattazione dei temi ecologici svolta nel capitolo precedente, deve essere funzionale al settore turistico, che risulta essere argomento centrale del progetto di studio, che sarà analizzato più approfonditamente nella seconda parte della tesi in oggetto. Di questo capitolo sarà allora elemento di attenzione la filiera turistica, a partire dai suoi arbori, dalla sua vera e propria nascita individuabile nel secondo dopo guerra, con la sua trasformazione in turismo globale tra gli anni '80 e '90, fino al suo imprecisabile arresto nel 2020, anno di inizio della pandemia da Covid-19, dove per la prima volta il settore registra un drastico picco negativo. Si espongono allora le difficoltà che hanno subito e che devono tuttora affrontare le imprese del mercato, e delle trasformazioni del turismo causato dalla pandemia.

2.1 Storia del turismo

Tra le prime testimonianze di viaggio prima del 1000 A.C troviamo le civiltà egizie, con il loro interesse prevalentemente religioso e i Fenici, esperti navigatori con scopi prevalentemente commerciali. Successivamente a distinguersi furono i Persiani, con la creazione di reti stradali dal Medio Oriente con la Grecia per scopi militari. Nel V secolo i Greci portarono una nuova idea di viaggio basato prevalentemente sul desiderio di conoscenza, verso quello che potremmo definire oggi “turismo culturale” e dall’altro verso il “viaggio sportivo”, dovuto alle olimpiadi che erano in grado di smuovere un gran numero di persone. Con i Romani si assistette alla creazione di importanti reti stradali, fatta per scopi militari, ma ritenuti importanti anche per la loro attenzione al turismo termale e culturale, così come per i periodi di soggiorno in villa (da cui il termine “villeggiatura”). Durante il medioevo, bisogna aspettare fino all’anno Mille per parlare dei primi spostamenti importanti, come il Giubileo a Roma del 1300 che provocò un afflusso di 200.000 persone, numero importante considerando che gli abitanti della città a quel tempo erano mediamente solo 40.000. Il rinascimento segnò il fiorire di alcune città come Roma, Firenze, Venezia, Milano e Napoli e a livello europeo Parigi, Londra, Amsterdam e Lisbona grazie all’espansione

dei commerci e a nuove vie percorribili in sicurezza. Il più noto tra i viaggi culturali del periodo fu il “Grand Tour” che era un viaggio che al giorno d’oggi potrebbe essere chiamato “viaggio di formazione”, fatto dai figli di nobili ed aristocratici principalmente verso l’Italia per imparare la cultura, l’arte e la politica, precursore dei viaggi organizzati e della nascita del turismo moderno. L’idea di fare turismo è un’abitudine che si è formata progressivamente, in quanto negli anni della Rivoluzione industriale, chi si spostava doveva avere un motivo valido come l’esigenza di spostamento per il troppo inquinamento che ha portato allo sviluppo della cura termale così come il turismo balneare verso la fine dell’Ottocento. Nel panorama turistico appaiono le prime guide turistiche, si diffondono le strutture ricettive e nel 1841 viene effettuato il primo viaggio organizzato con Thomas Cook, considerato il precursore della prima agenzia di viaggio. Fondamentale per lo sviluppo turistico è stata proprio la rivoluzione dei trasporti con l’avvento della bicicletta, auto privata e aeroplano e lo sviluppo delle strutture alberghiere. Nel Novecento i fattori di principale sviluppo dell’afflusso turistico furono senz’altro le ferie retribuite, la crescita del reddito grazie all’aumento salariale e l’aumento del tempo libero con una riduzione notevole delle ore di lavoro, la sicurezza sia delle destinazioni che il miglioramento della mobilità e la diffusione di servizi ricettivi e di altri servizi collegati nelle destinazioni. Ciò portò alla nascita del turismo di massa riferite sia all’elevato numero di flussi turistici che alla standardizzazione dei prodotti turistici, per poi negli anni Novanta passare a quello che viene definito turismo “globale” grazie all’incremento dei traffici aerei e l’evoluzione di internet, con un riflesso del fenomeno turistico sempre più complesso per il numero di persone che vede coinvolto con ripercussioni negative tanto per l’ambiente quanto per la stessa popolazione locale.

L’evoluzione del turismo può essere raggruppata quindi in quattro fasi:

1. il *prototurismo*, dall’antichità al Grand Tour;
2. il *turismo moderno*, dal Grand Tour allo sviluppo del turismo balneare e termale;
3. il *turismo di massa*, tra gli anni Sessanta e Novanta che comprende il viaggio per tutti i ceti sociali;
4. il *turismo globale* dagli anni Novanta ad oggi

[7]

2.2 Storia del Turismo italiano

In Italia, il turismo risulta essere un settore economico molto importante: nel 2019 l'Italia è risultato il quinto paese più visitato al mondo secondo l'ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo) con un numero pari a 217,7 milioni di presenze straniere e con 432,6 milioni di presenze totali. Secondo stime della Banca d'Italia del 2018, il settore turistico genera direttamente più del 5% del PIL nazionale (il 13% considerando anche il PIL generato indirettamente) e rappresenta oltre il 6% degli occupati. **[8]** Lo sviluppo del turismo in Italia può essere individuato a partire dagli anni '50, quando divenne un fenomeno di massa, e successivamente con la cosiddetta "esplosione" degli anni Settanta e Ottanta, generata sia da fenomeni socioculturali che economici e demografici (maggiore reddito disponibile, urbanizzazione spinta).

Negli anni '50, il turismo italiano si è caratterizzato per una forte prevalenza di domanda interna (circa il 70%), con rilevanti variazioni da regione a regione, mentre l'apporto straniero è risultato concentrato nelle città d'arte o in alcune aree quali la riviera adriatica e alcune località del mezzogiorno di "prima colonizzazione". In termini geografico-territoriali, il fenomeno ha seguito le linee principali dello sviluppo turistico con una concentrazione prevalente lungo le coste, e caratterizzandosi quindi come turismo essenzialmente balneare. Il turismo alpino invernale inizierà a svilupparsi solo a partire dagli anni '60.

Fino agli anni '70 il panorama turistico italiano fu caratterizzato con la predominanza di movimenti interregionali e si configurò come turismo di prossimità, con l'uso del mezzo proprio per una mobilità di breve raggio, spesso verso la seconda casa. Inoltre, il turismo si configura generalmente come stanziale e concentrato nel periodo estivo, con una attivazione limitata dell'economia in alcune aree.

A partire dalla seconda metà degli anni '80, a fronte del miglioramento della mobilità e la diffusione dei servizi ricettivi, si assistette ad una maggior propensione degli italiani al turismo internazionale. Nella stessa epoca si registra inoltre un forte incremento del turismo straniero verso il nostro Paese.

L'evoluzione economico-sociale ha portato in evidenza una maggior diffusione della propensione alla vacanza, ad una maggior quota di reddito destinata al turismo, alla varietà di motivazioni e modi di vacanza e all'emergere del turismo d'affari. I turisti italiani hanno confermato negli *anni '90* la tendenza ad effettuare turismo all'estero, anche con prodotti quali la crociera e il villaggio turistico. **[9]**

Dagli anni '50 al 2019 la crescita economica del turismo è stata pressoché costante. I contraccolpi sul turismo subiti dall'epidemia di "SARS" nel 2003, la "swine flu" del 2008, e la sindrome influenzale del Medio Oriente "MERS" del 2015, non hanno mai condotto a un declino dello sviluppo globale del turismo, e ciò ha supportato alla tesi del turismo come *sistema sociale resiliente* (Lew, Cheer, 2017)

A livello globale, a supporto dello sviluppo sociale ed economico del turismo, al 2013 le stime di crescita del settore previste entro il 2030 vengono esplicitate dalla seguente tabella:

Viaggiatori outbound (Mln)

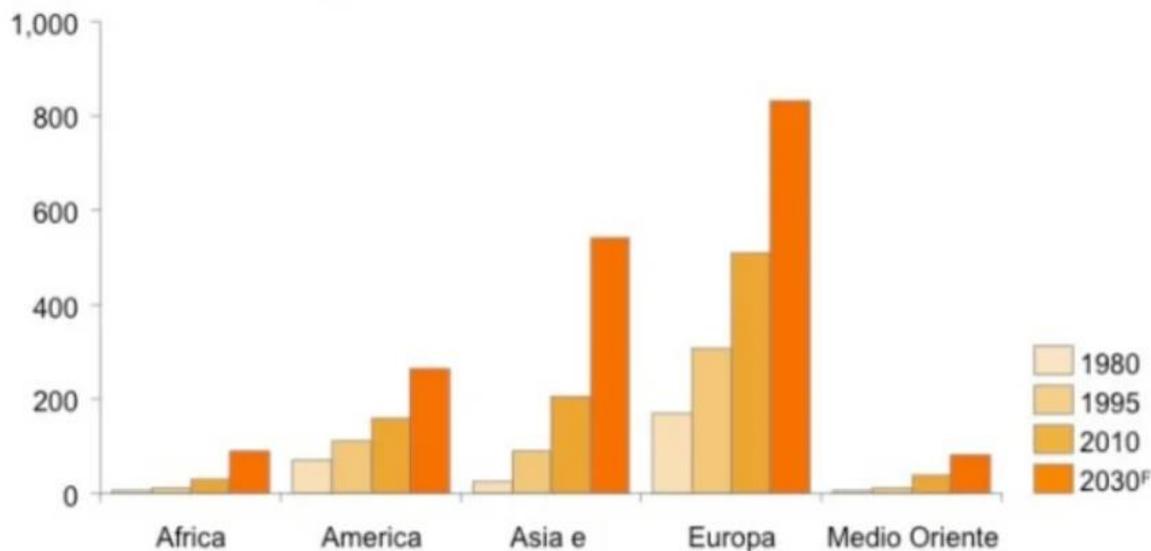


Tabella 2.1 – Turisti internazionali, arrivi a livello mondiale [10]

È opportuno osservare che la crescita appena descritta, ha interessato non solo l'Italia ma tutte le diverse aree del globo, sia in termini di turismo inbound che outbound. Come vedremo nei prossimi paragrafi, la proliferazione di Covid19, ha arrestato questa crescita in tutto il mondo, generando forme di turismo che si sono adattate al nuovo contesto storico.

2.3 Turismo post Covid-19

Agli inizi di febbraio 2020 nessuno avrebbe potuto immaginare quanto sarebbe accaduto nei mesi successivi a causa della pandemia da SARS-COVID 19 e, in particolare, che l'emergenza sanitaria sarebbe diventata ben presto emergenza economica a livello planetario. Un'emergenza economica che, probabilmente, trova riscontro solo nella crisi del '29 se si considera che sia l'attentato alle Torri gemelle nel 2001 che la SARS nel 2003 hanno avuto effetti di gran lunga meno dirimpenti. *“Un'emergenza sanitaria globale senza precedenti”*, così che UNWTO (United Nations World Tourism Organization) ha definito il 24 marzo la situazione legata alla diffusione di Covid-19. In effetti, è proprio nelle parole *“globale”* e *“senza precedenti”*, che si sottolinea l'unicità di questa crisi e delle sue ripercussioni sanitarie, sociali, economiche ed occupazionali.

La chiusura dei confini, le limitazioni negli spostamenti, il rispetto di distanze di sicurezza e la necessità di igienizzazione luoghi e ambienti sono tutte precauzioni che hanno portato in ambito turistico, a contrazioni sia della domanda che dell'offerta.

L'ISTAT, nel suo report "Una stagione mancata: impatto del COVID-19 sul turismo" (ISTAT, 2020) afferma che "L'arresto dei flussi turistici a partire perlomeno da marzo ha azzerato un'attività che proprio nel trimestre marzo-maggio (quando si concentra il 23% delle presenze annuali di clienti stranieri) ha la sua fase di rilancio stagionale, favorita dal susseguirsi di occasioni tra le festività pasquali e la Pentecoste".

[11]

Per osservare direttamente i dati di domanda del primo trimestre del 2020 si propone la seguente tabella:

Tabella 2.2 – Dinamiche del trimestre Gennaio/Marzo 2020 [12]

Trimestre Gennaio-Marzo 2020		
UNWTO Gennaio-marzo 2020	Andamento degli arrivi a livello mondiale (Q12020/Q2019)	<ul style="list-style-type: none"> -22% di arrivi internazionali (Q12020/Q2019); -67 milioni di arrivi internazionali; -80 miliardi di euro di fatturato turistico (Q12020/Q2019); Nello specifico: Asia e Pacifico -35%, Europa -19%, Americhe -15%, Medio Oriente -11%.
ENIT Gennaio-marzo 2020	Arrivi aeroportuali nel mondo (Q12020/Q2019)	<ul style="list-style-type: none"> -38,2, % di turisti internazionali negli aeroporti;
	Arrivi aeroportuali in Europa (Q12020/Q2019)	<ul style="list-style-type: none"> Sud Europa -38,2%, Europa Occidentale -39,7%, Centro Est -40,7%, Nord Europa -33,9%;
	Arrivi aeroportuali in Italia (Q12020/Q2019)	<ul style="list-style-type: none"> -56,7% di arrivi internazionali aeroportuali (Francia -44,7%, Spagna -45,4%);
	Arrivi aeroportuali in Italia (Q12020/Q2019)	<ul style="list-style-type: none"> -64,8% di arrivi internazionali aeroportuali (Francia -54,3%, Spagna -54,5%).
CISSET su dati BANKITALIA Gennaio-marzo 2020	Arrivi, pernottamenti e spesa turistica in Italia (Q12020/Q2019)	<ul style="list-style-type: none"> -34,3% di arrivi internazionali (gennaio +4,3, febbraio -8,5%, marzo -83,4%); -34,2 di presenze internazionali (gennaio +3,5%, febbraio -19,9%, marzo -79,6%); -34,8% la spesa di turisti internazionali (gennaio +3,8%, febbraio 13,2%, marzo -83,4%).

Nei mesi successivi, nel Bel Paese mediante le prime forme di riapertura delle attività si è assistito ad una ripresa lenta del turismo, con una contrazione registrata degli arrivi internazionali dell'-87.5% rispetto al 2019; riduzione superiore a quella osservata in Francia (-86.1%) e Spagna (-84.5%). Ciononostante, l'Italia ha mantenuto il maggior numero di prenotazioni attive per l'estate 2020. [10] Nell'estate del 2020 l'allentamento delle misure di chiusura e quarantena ha quindi permesso a molte imprese presenti nel settore turistico di riprendere la loro attività

a fronte però delle nuove discipline imposte per la sanificazione e l'igienizzazione degli spazi di accoglienza. Tali allentamenti hanno però seguito l'andamento della pandemia, e con l'avvento della seconda e terza ondata, e con le nuove limitazioni di spostamento tra nazioni e regioni italiane, il turismo ha avuto una successiva compressione tra l'autunno 2020 e la primavera 2021. Dal 27 dicembre 2020, con l'introduzione dei primi vaccini anti SARS-Cov-2, si è riusciti a contenere le vittime che la pandemia aveva causato fino ad allora causato, e con simile stagionalità mostrata per l'estate 2020, nell'estate 2021 il settore turistico ha potuto riprendere la propria attività. In Italia, la capillarità del vaccino ha ridotto la gravità del virus, e le limitazioni sono divenute meno stringenti per le attività del settore. Il comportamento di mercato appena descritto può essere esemplificato più chiaramente dal grafico di seguito, che permette di confrontare per i primi trimestri dell'anno le presenze dei clienti negli anni 2019, 2020 e 2021:

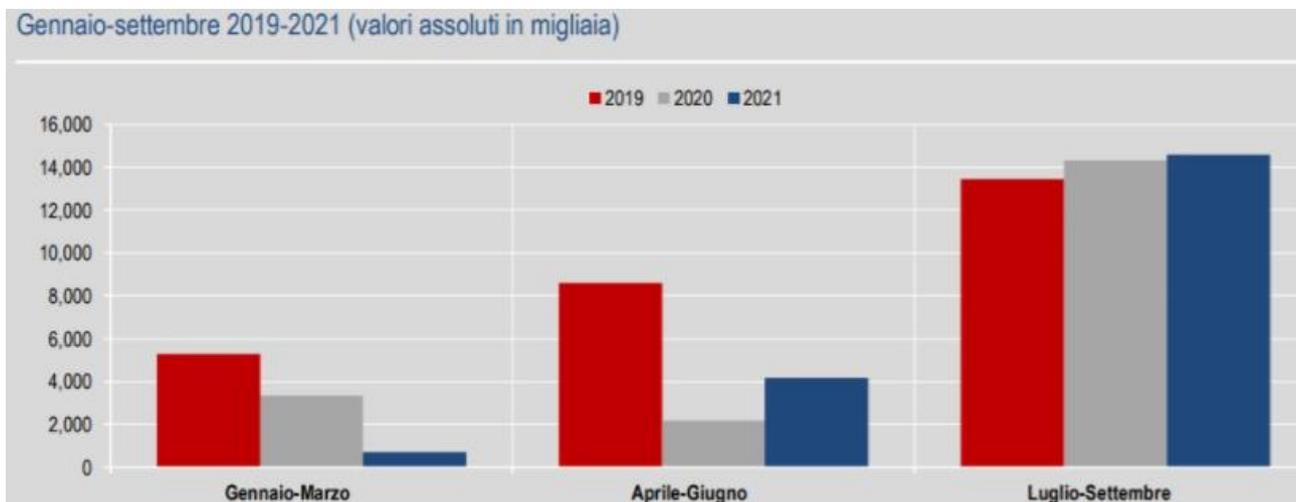


Tabella 2.3 – Viaggi negli esercizi ricettivi in Italia per trimestre [13]

La pandemia in oggetto ha modificato i comportamenti dei viaggiatori e ha posto nuove sfide per il settore turistico. La trattazione di questi elementi interesserà il prossimo paragrafo.

2.4 Le sfide del turismo del futuro

La crisi sanitaria ed emergenziale ha avuto un forte impatto psicologico nella mente del turista conseguenti alla paura e alle limitazioni, ma, nonostante ciò, le persone hanno dimostrato il desiderio e la voglia di tornare a viaggiare come sottolineato nel capitolo precedente durante il trend di ripresa dei mesi estivi. Se da un lato permane fortemente la domanda turistica, dall'altro cambiano le esigenze relative al modo di viaggiare.

In primis, per acquisire la fiducia dei consumatori dovranno essere adottate da parte della governance turistica sistemi di sanificazione e disinfezione, a partire dalle linee guida Oms e standard di igiene e certificazioni. Emerge inoltre un trend che mai l'industria turistica avrebbe pensato: l'undertourism. Se fino al 2019 si assisteva a quel turismo di massa che provocava un sovraffollamento delle attrazioni turistiche, oggi il desiderio è quello della ricerca di nuove destinazioni lontano dalla folla di persone. Viene così a configurarsi quello che viene definito come "turismo lento" che ha come destinazione principale quella di luoghi che non siano affollati e allo stesso tempo lo scopo di essere rispettoso rispetto all'ambiente. In particolare, il trend è quello di viaggi che siano legati all'escursionismo, all'aria aperta e alla vita rurale, dovuti probabilmente sia alla sicurezza che garantiscono sia alla voglia di riscoprire e respirare quel sentimento di libertà che solo la natura può offrire. La paura di contrarre il virus ha portato a scegliere mete più vicine alla propria abitazione, facendo sì che il viaggiatore post covid si venga a configurare come "local" privilegiando soggiorni nelle immediate vicinanze o nello stesso paese di origine. Ciò ha avuto come conseguenza positiva l'emergere della sostenibilità ed il rispetto dell'ambiente, in linea con i principi sviluppati dall'Agenda 2030. Il viaggiatore post-Covid è maggiormente consapevole dell'impatto sul territorio e sulle comunità locali, ma soprattutto emergerà il piacere di riscoprire quello che Foscolo definiva "il piacere delle piccole cose" con un focus sulla sicurezza e sulla pulizia. Possiamo definire quindi le due tendenze predominanti: da un lato il bisogno di serenità declinato in esperienze uniche e dall'altro la paura declinata nel rispetto dell'ambiente verso un turismo sostenibile.

Come abbiamo visto la crescita del turismo internazionale è stata una delle guide dell'economia mondiale a partire dagli anni Cinquanta. Dai 25 milioni di arrivi turistici nel 1950, i numeri hanno raggiunto 450 milioni nel 1990, poi rapidamente 1 miliardo di arrivi nel 2010. Nel 2018 il numero di arrivi era già aumentato fino a raggiungere i 1,4 miliardi. Come abbiamo visto dai paragrafi precedenti il Covid19 ha avuto un impatto drastico per il settore turistico. Anche quando le catene del turismo ricominciano a funzionare, come accadde in tutto il mondo a partire da maggio 2020, i nuovi protocolli limitano molto le organizzazioni turistiche e la crescita economica, mentre la fiducia dei consumatori e il comportamento dei viaggiatori subiscono un impatto più profondo con il protrarsi della pandemia. Per capire come il turismo si evolverà in futuro è fondamentale apprendere a pieno gli effetti del Covid19 sul settore turistico. Lo si può fare esplorando alcuni degli scenari futuri che hanno maggiore probabilità di cambiare l'universo dei viaggi. Alcune stime previsionali ci suggeriscono che il turismo cambierà in modo significativo tra oggi e il 2040, anche in relazione ad ulteriori cambiamenti sociali:

- Aumento dei livelli di reddito e di istruzione nelle economie emergenti
- Invecchiamento della popolazione globale e nascita di nuove generazioni
- Riduzione dei consumi di carbonio e transizione energetica

- Nuove tecnologie e sharing touristic economy
- Potenziamento del management delle situazioni di rischio ambientale, politico e sanitario.

Inoltre, l'International Air Transport Association prevede che la domanda di passeggeri nei prossimi 20 anni sarà influenzata dall'allargamento della classe media nei paesi in via di sviluppo, dalla crescita globale dei viaggiatori, dalla liberalizzazione dei mercati del trasporto aereo e anche dai cambiamenti climatici. A fronte dei radicali cambiamenti del settore, occorre che le imprese turistiche adottino strategie di marketing innovative, che spostino il focus sulla sicurezza, sul bisogno di relax e di rassicurazione. Non basta più trasmettere immagini accattivanti, panorami o cartoline delle località turistiche, ma occorre concentrare la propria comunicazione sulle esperienze che i viaggiatori potranno sperimentare ed il modo in cui lo faranno. Ciò significa investire nella creazione di contenuti digitali in grado di incuriosire il cliente: dal videomarketing, che permette di informare, comunicando e dando consigli utili sui luoghi, allo storytelling di viaggio incentrato sulla narrazione. È importante instaurare con il cliente la fiducia, grazie ad un dialogo emotivo attraverso diari di viaggio, informazioni e curiosità.

I turisti sentono il desiderio di viaggiare e richiedono la normalità ed è in questo frangente che gli operatori turistici devono creare un'offerta quanto più lontana dalla situazione della pandemia e quanto più vicina alla rassicurazione e bisogno di relax della vacanza. Le tendenze da tenere in considerazione per affrontare strategia di marketing sono:

- Il prezzo, tenendo in considerazione l'impatto economico e privilegiando tariffe flessibili
- Story telling, per incuriosire ed interessare il potenziale cliente
- Uso dei social network o newsletter, per essere attivi e far sentire la propria presenza online. [7]

2.5 Conclusioni

Dalle radici storiche, all'influenza che la pandemia in essere ha avuto sul panorama turistico e sul comportamento dei viaggiatori, il seguente capitolo svolge una breve trattazione dell'importanza del turismo in Italia e delle trasformazioni che sta mostrando. Di centrale rilievo per il progetto *Cuore Innovativo – Alte Valli* è il tema della sostenibilità all'interno del settore turistico. Sarà il prossimo capitolo a svolgere questo tema, sempre in funzione dell'emergenza sanitaria in atto.

Capitolo 3 – Il turismo sostenibile

Il capitolo che si apre di seguito allinea i temi trattati nella prima e nella seconda parte di questa tesi. Si affronterà allora il concetto di sostenibilità nel turismo che comprende vari aspetti, ci si focalizzerà sul turismo sostenibile, degli strumenti adottabili per raggiungerlo, dei certificati conseguibili dalle imprese per essere riconosciute green e del corporate social responsibility, ossia della coscienza imprenditoriale attenta all'impatto sul territorio circostante.

3.1 Le basi della sostenibilità

Come analizzato nel primo capitolo per sostenibile si intende il modello di sviluppo che “soddisfi i bisogni dell'attuale generazione senza compromettere le capacità di quelle future di rispondere alle loro”. “Lo sviluppo sostenibile lungi dall'essere una definitiva condizione di armonia, è piuttosto quel processo di cambiamento per cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e i cambiamenti istituzionali siano resi coerenti con i bisogni futuri oltre che con gli attuali”. Questo significa per alcuni critici della Commissione Brundtland che il “concetto di sviluppo sostenibile comporta limiti, ma non assoluti, bensì imposti dall'attuale stato della tecnologia e dell'organizzazione sociale, alle risorse economiche e dalla capacità della biosfera di assorbire gli effetti delle attività umane. La tecnica e l'organizzazione sociale possono però essere gestite e migliorate allo scopo di inaugurare una nuova era di crescita economica”.

La definizione del concetto di sviluppo sostenibile presuppone l'utilizzo di sette concetti chiave, espressi in maniera operativa, semplice e schematica:

-sostenere -> cercare di conservare e migliorare le caratteristiche economiche ambientali e sociali;

-sviluppare -> ricerca costante di modi di miglioramento, attraverso il consolidamento dei legami tra l'economia, l'ambiente e la società propri di una comunità;

-comunità -> relazioni fra persone all'interno di una specifica area geografica, di carattere sociale, economico, di interdipendenza economica (fare affidamento a

risorse comuni o ai servizi di ecosistemi comuni, come le foreste, le terre coltivabili, le risorse idriche e l'aria);

-**economia** -> beni materiali, servizi e servizi extra che si usano in funzione delle proprie necessità:

-**capitale comunitario** -> risorse di carattere naturale, umano, sociale e costruito. Su questo concetto può risultare utile alla sua comprensione la tabella che segue:

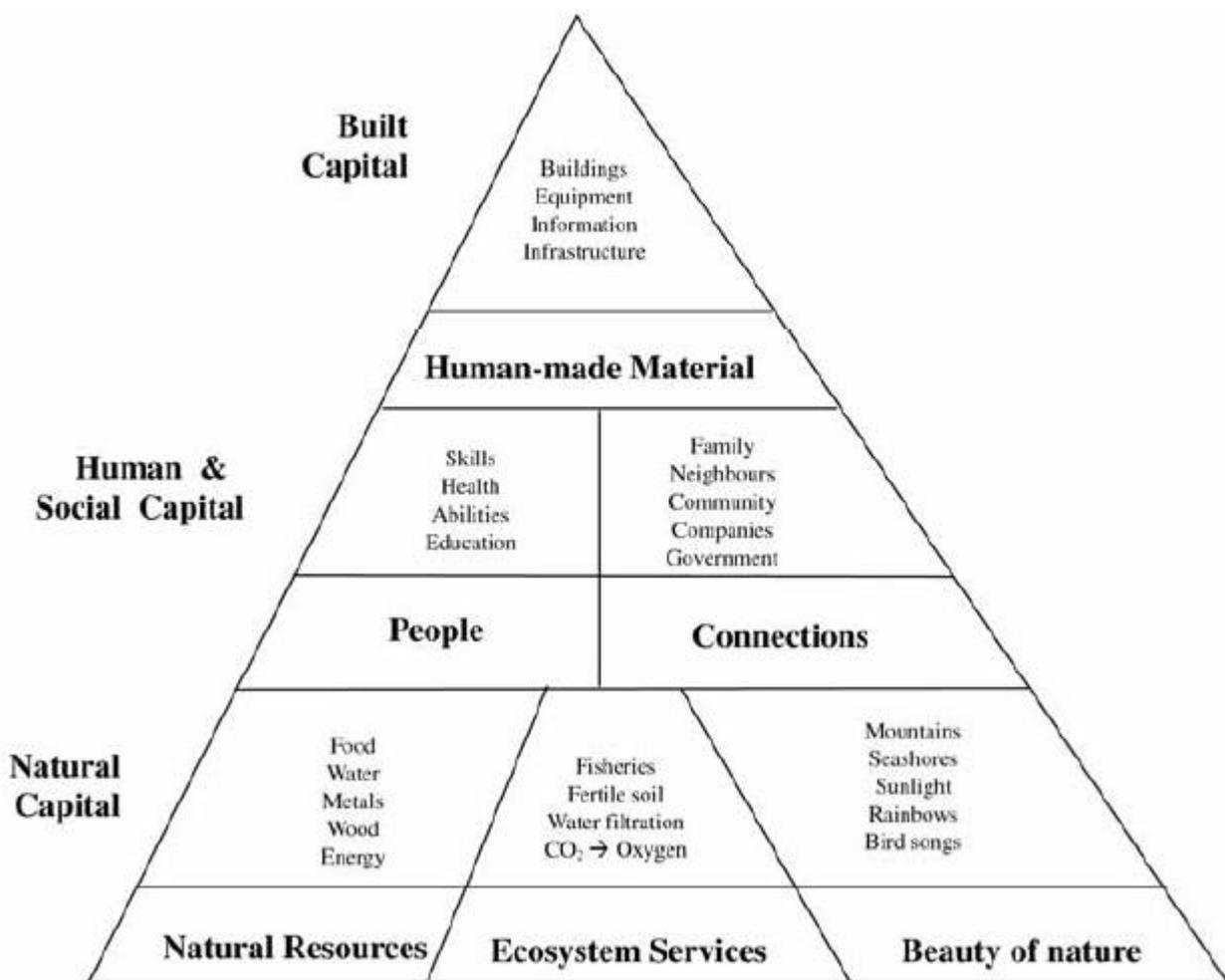


Tabella 3.1 – I rapporti fra i differenti capitali comunitari [14]

Alla base della piramide ci sono i tre blocchi che compongono il capitale naturale: le risorse naturali, i servizi degli ecosistemi e la componente estetica della natura. Le risorse naturali sono tutte quelle cose che si traggono dalla natura: acqua, animali e materie prime. I servizi degli ecosistemi sono i processi naturali per mezzo dei quali l'ambiente produce delle risorse che spesso diamo per scontate, come l'acqua

potabile, il legname, l'habitat delle specie animali, l'impollinazione delle piante selvatiche e coltivate, ma anche, più semplicemente, le funzioni di fonte (di risorse) e di smaltimento (di rifiuti e scorie).

Al livello successivo della piramide troviamo il capitale sociale e umano, divisi in due blocchi che corrispondono alle persone e alle connessioni tra persone. Il capitale umano è infatti costituito dalle capacità fisiche e mentali e dalle conoscenze di ogni individuo. Il capitale sociale è costruito dalle connessioni all'interno della comunità, ovvero dalle modalità con le quali le persone interagiscono e si relazionano tra di loro. I cinque blocchi finora osservati costituiscono la base della piramide. Con questi 5 blocchi, le comunità creano il sesto, cioè il capitale costruito, Qui si trovano le strade, le infrastrutture, gli edifici industriali e civili. Una comunità sostenibile ha cura di tutti i suoi capitali, in modo tale da migliorare continuamente le qualità della vita dei suoi abitanti. L'investimento nei capitali materiali è abbastanza facile da immaginare. Meno facile è quello nella componente sociale e umana, dove trovano posto l'educazione dei bambini, le cure sanitarie, l'alimentazione sana, l'attività fisica, la formazione professionale, l'impegno di relazioni pacifiche con altre nazioni. Le comunità non sostenibili sono tutte quelle che vivono al di sopra dei propri mezzi, cioè al limite dei propri capitali. Ciò rimanda al successivo concetto di *capacità di carico*.

-capacità di carico -> massimo utilizzo di un'area senza creazione di effetti negativi sulle risorse naturali, nonché sul contesto sociale, culturale e locale. Si intuisce che i fattori che influiscono sulla capacità di carico di un ecosistema sono le quantità di risorse disponibili, la dimensione della popolazione e la quantità di risorse consumate da ciascun individuo;

-equità -> giustizia ed uguaglianza dei diritti, delle opportunità e dell'accesso a ogni forma di capitale comunitario;

Sviluppato e approfondito il concetto di sostenibilità, siamo in grado di definire concettualmente il turismo sostenibile:

"Il turismo sostenibile è il turismo economicamente, socio-culturalmente e ambientalmente sostenibile, i cui impatti socio-culturali e ambientali non sono né permanenti né irreversibili" (Bech, Chadwick, 2005).

[14]

3.2 Turismo sostenibile e slow tourism

Per “slow tourism” si intende una forma di viaggio che pone l’attenzione sul rispetto dell’ambiente, alla scoperta di luoghi, culture diverse e prodotti locali con la filosofia di procedere con calma per poter cogliere ogni singolo particolare gustandosi un’esperienza unica. È una tendenza sempre più diffusa in risposta alla vita frenetica che ha caratterizzato la società e allo stesso tempo una risposta alle problematiche ambientali emerse in questi ultimi anni, ponendo l’enfasi sulla lentezza e riscoperta del piacere del viaggio. Il primo framework concettuale è stato elaborato dagli studiosi Lumsdon e McGrath, secondo i quali il turismo sostenibile consisterebbe in quattro concetti chiave:

1. Lentezza e valore del tempo
2. Attività nella destinazione
3. Modalità di trasporto
4. Esperienza di viaggio e coscienza dell’ambiente

Il trasporto appare così solo una delle determinanti, non la componente primaria, in quanto esse sono rappresentate da una serie di attitudine e scelte attuate dai viaggiatori quali la scelta di attività locali, la scelta di stare più tempo in una destinazione e scegliere trasporti green. Per quanto riguarda gli elementi chiave per lo sviluppo turistico “lento” emergono la sostenibilità, la qualità, la decrescita e le aree “lente”. Per territori lenti non si deve pensare a zone depresse o regioni in declino, bensì quei luoghi in grado di valorizzare le caratteristiche endogene come qualità, tradizione e identità locale. Per quanto riguarda la sostenibilità, il turismo deve essere un settore capace di promuovere la crescita sostenibile in queste aree, promuovendo viaggi locali e stabilendo relazioni con la popolazione indigena. Per quel che concerne la decrescita, da un lato emerge l’efficienza in un’ottica di miglior uso di energia e risorse da parte dei produttori e dall’altro la sufficienza nel comportamento dei consumatori verso una forma di consumo diverso da quella a cui sono abituati, nella lentezza e nel rispetto della rigenerazione delle risorse. La qualità invece appare essere il fattore strategico di differenziazione rispetto ai competitors, intesa non solo alle caratteristiche intrinseche dei prodotti, ma agli elementi intangibili che può dare questa nuova forma di turismo, in quanto essa può migliorare il benessere psico-fisico grazie alla relazione genuina con la popolazione locale e l’opportunità di spendere del tempo in territori diversi all’insegna della lentezza.

Così se fino ad un paio di anni fa si assisteva a quel turismo di massa che provocava un sovraffollamento delle attrazioni turistiche, oggi il desiderio è quello della ricerca di nuove destinazioni lontano dalla folla di persone.

Viene così a configurarsi quello che viene definito come “turismo lento” che ha come destinazione principale quella di luoghi che non siano affollati e allo stesso tempo lo scopo di essere rispettoso rispetto all’ambiente.

In particolare, il trend è quello di viaggi che siano legati all’escursionismo, all’aria aperta e alla vita rurale, dovuti probabilmente sia alla sicurezza che può dare che a tutti quei giorni passati nella propria abitazione con la voglia di riscoprire e respirare quel sentimento di libertà che solo la natura può offrire. La paura di contrarre il virus ha portato a scegliere mete più vicine alla propria abitazione, facendo sì che il viaggiatore post covid si venga a configurare come “local” privilegiando soggiorni nelle immediate vicinanze o nello stesso paese di origine. Possiamo definire quindi le due tendenze predominanti: da un lato il bisogno di serenità declinato in esperienze uniche e dall’altro la paura declinata nel rispetto dell’ambiente verso un turismo sostenibile. [7]

3.3 Strumenti di certificazione al turismo sostenibile

Come appena analizzato la capacità di carico può essere definita come l’utilizzo massimo di un’area senza creazione di effetti negativi. Questo fattore risulta centrale per valutare le condizioni di criticità o stress ambientale connesse al turismo: si devono così identificare i fattori sistemici input-output tra turismo ed ambiente. Gli input possono essere le risorse energetiche, le risorse idriche, le risorse del territorio e le risorse alimentari. Gli output invece sono il degrado marino, costiero e montano, la cementificazione, i rifiuti solidi, le emissioni in atmosfera, gli scarichi, la desertificazione, l’eccessiva infrastrutturazione. L’appena vista capacità di carico inoltre può essere suddivisa a sua volta in fisica/ecologica, economica, e sociale. Quindi per ogni destinazione turistica si può definire una capacità di carico fisica (o ecologica) oltre la quale le risorse naturali della meta vengono danneggiate; una capacità di carico economica, limite oltre il quale la qualità della meta si riduce sensibilmente al punto da determinare una riduzione degli afflussi turistici; ed infine una capacità di carico sociale che indica il limite oltre il quale le funzioni non turistiche della meta risultano ostacolate o peggio danneggiate con il seguente degrado della qualità della vita della popolazione ospitante. La relazione fra turismo ed ambiente espresse con il termine “*foot print ecologico*” possono essere evidenziate dai seguenti macro-indicatori:

- Consumo di territorio, mare e monti, occupati da infrastrutture turistiche;
- Spazio pro-capite disponibile nell’ambito delle aree turistiche;
- Spazio residuo disponibile pro-capite;
- Risorse idriche pro-capite;
- Richiesta alimentare e peso dei flussi alimentari da una regione all’altra

- Richiesta energetica;
- Peso del turismo sullo smaltimento dei rifiuti;
- Peso del turismo sulla depurazione delle acque reflue;
- Peso del turismo sulla qualità delle acque di balneazione;
- Peso del turismo sulla qualità dell'area;
- Rapporto turisti residenti e impianti di depurazione;
- Casistica incidenti stradali per turismo ed incidenza spesa sanitaria;
- Numero turisti nelle aree protette;
- Qualità acque fluviali e lacuali;

Le domande proposte sui temi della sostenibilità nel questionario che osserveremo nel capitolo 4 sulla metodologia del progetto *Cuore Innovativo Alte Valli*, si basano proprio su questi indicatori. [9]

Tornando agli strumenti utili per verificare la sostenibilità turistica di una destinazione esistono vari modelli e certificazioni esistenti in materia di turismo sostenibile. Si andrà allora ad esaminarne i criteri e degli strumenti operativi che vengono presi in considerazione per evidenziare l'impegno sostenibile nella propria impresa turista.

ETIS

Nato nel 2013 dalla collaborazione tra la Commissione Europea ed il gruppo per la sostenibilità del turismo (GST), ha lo scopo di fornire alle destinazioni turistiche uno strumento per monitorare l'andamento dei piani di sviluppo in materia di turismo sostenibile, che basandosi su un approccio comune comparabile, grazie all'utilizzo di 27 indicatori (con l'aggiunta di altri 40 indicatori opzionali), le destinazioni possono auto-valutare la gestione delle località turistiche. Gli indicatori sono divisi in 4 categorie: gestione della destinazione, impatto sociale e culturale, valore economico ed impatto ambientale. Il testo di presentazione chiarisce che ETIS "non è un sistema di certificazione o di un sistema di etichettatura ecologica, ma uno strumento di gestione molto efficace fornito dalla Commissione europea.

ETIS promette di incoraggiare una maggiore collaborazione tra gli stakeholder della destinazione e garantire una guida passo-passo per gestire la destinazione turistica in maniera efficace e sostenibile.

Le premesse per l'utilizzo del sistema prevedono una serie di 7 step da completare prima dell'inizio del monitoraggio, nello specifico si richiede che inizialmente gli stakeholder vengano sensibilizzati alla partecipazione, alla raccolta dei dati in modo che venga creato un profilo della destinazione. Successivamente le parti interessate al progetto. devono creare un tavolo di lavoro comune ma non viene definito uno schema su chi debba partecipare alla valutazione. Una volta definiti i partecipanti, il coordinatore ha il compito di chiarire il piano di sviluppo da intraprendere e le responsabilità dei vari membri per ogni obiettivo, fatto ciò, si giunge al quinto step

dal quale si procede alla raccolta dei dati attraverso sondaggi, questionari ed altri tipi di attività. Nello svolgimento di questo certificato, si raccomanda di raccogliere dati annualmente per ogni indicatore e di iniziare la raccolta anche in mancanza di dati per alcuni degli indicatori selezionati. La fase di analisi, per quanto ritrovato nel sito ufficiale, si effettua attraverso l'utilizzo di un foglio di calcolo Excel che fornisce dei grafici creati per riassumere la situazione della destinazione e dai quali dovrebbero ricavarsi le conclusioni per passare alla definizione delle strategie da seguire per migliorare il profilo della destinazione. La prima fase di test è stata completata da 26 località sulle 104 che hanno partecipato alla sperimentazione mentre la seconda fase è stata portata a termine da 60 dei 108 partecipanti, però nel sito ufficiale del programma vengono presentati solo alcuni casi studio, si menzionano i vincitori del ETIS and Accessible Tourism Joint Awards 2016 ma non sono reperibili maggiori informazioni su quali destinazioni stanno partecipando al programma e tantomeno non sono reperibili al pubblico i risultati dei dati sulla sostenibilità (fattore ritenuto fondamentale dal UNWTO).

Si può affermare che il modello non abbia avuto molto seguito e alcune delle scelte dei creatori non siano chiare, una su tutte la possibilità di lasciare agli utilizzatori la scelta degli indicatori, e si potrebbero così facilmente aggirare i principali problemi della destinazione e di fatto falsare il risultato finale. Non sono riportati benefit o incentivi per chi partecipa al programma, non sono state organizzate campagne di sensibilizzazione e promozione su larga scala e alle destinazioni non viene riconosciuto un premio per i risultati conseguiti (al netto dell'awards sopra citato) né tanto meno sanzioni nel caso non riescano a raggiungere gli obiettivi prestabiliti o nel caso abbandonino il progetto. Come affermato anche nella presentazione ufficiale si tratta di un progetto al quale si aderisce volontariamente ed alla luce di tutto ciò e considerata la mole di lavoro che sta dietro il mantenimento del programma, si possono intendere i motivi degli scarsi risultati ottenuti finora. [15]

Programma Biosphere

Si tratta di una certificazione creata da RTI (Responsible Tourism Institute), un'organizzazione internazionale fondata nel 1997 con il supporto dell'UNESCO. Il sistema Biosphere, presentato nel 1998 e rinnovato nel 2017 a causa del cambio di dinamiche di un settore in continua crescita come quello turistico, si pone l'obiettivo di fornire uno strumento agli operatori del settore turistico all'insegna della sostenibilità. Nella loro pagina ufficiale, i creatori del programma affermano di "offrire una certificazione atta a garantire un equilibrio a lungo termine tra la dimensione economica, ambientale e socio-culturale, portando così a numerosi benefici per gli operatori, per la popolazione e per l'ambiente." Nella presentazione si riscontrano numerosi elementi che dimostrano il profondo legame tra la certificazione ed il dettame sulla sostenibilità dell'UNWTO, dove si fa ancora una volta leva sulla possibilità di offrire agli stakeholder la possibilità di creare prodotti turistici

“non-aggressivi” e di “soddisfare l’attuale bisogno dei consumatori e degli operatori, senza compromettere le future generazioni. I benefici della certificazione comprenderebbero una maggiore visibilità ed un miglior posizionamento della destinazione, promuoverebbero gli scambi e l’economia locale, creerebbero posti di lavoro e permetterebbero nuove alleanze. Per essere certificata, una destinazione deve seguire le indicazioni sviluppate da RTI sulla base dei 17 obiettivi di sostenibilità definiti dalle Nazioni Unite e divisi in 5 categorie (Inclusività e crescita economica; inclusività sociale, impiego e riduzione della povertà; Protezione ambientale e attenzione ai cambiamenti climatici; valorizzazione dei valori e del patrimonio culturale; Rispetto reciproco, pace e sicurezza), nella maggior parte dei quali si va a scomporre il problema in criticità più semplici da gestire e valutare e si richiede di sviluppare un piano di azione per risolverle. Una struttura piramidale che permette una gestione facilitata del programma ma che potrebbe portare a problemi di gestione della certificazione in quanto ogni entità potrebbe operare secondo linee guida diverse, di fatto si evidenzia una mancanza di standard operativi e l’autogestione rischia di porre le destinazioni certificanti su piani diversi.

Uno dei punti di forza del programma è che offre la possibilità di richiedere certificazioni per privati e singole attività come ad esempio Hotel, Escursioni, Tour Operator ed Eventi; in questa maniera si può creare un network di certificazioni che rafforzerebbe l’efficacia del controllo su una destinazione e permette di operare su micro-livelli per raggiungere un maggior grado di efficienza e di controllo, andando inoltre ad operare su problemi relativi al comportamento delle singole persone. Dall’altro lato c’è un maggior lavoro di raccolta dati ed analisi che richiede un maggior grado di coordinazione, e data la mancanza di standard operativi si potrebbero fornire certificazioni falsate alle attività turistiche. Nel sito Biospheretourism.com vengono riportate tutte le destinazioni e le attività che hanno ottenuto il certificato di sostenibilità senza però dare dettagli sui risultati del processo di valutazione. In questo modo però il pubblico non può avere presente quali sono le criticità affrontate dai vari paesi e viene nuovamente a mancare la trasparenza sui dati. Presente invece è la possibilità di accedere alla sezione EDU Biosphere e di seguire dei corsi (alcuni a pagamento) per avere delle ulteriori informazioni sui processi pratici della metodologia più consona da utilizzare.[15]

Green Globe 21

Certificazione che misura le performance delle aziende operanti nel settore turistico e dei loro fornitori basandosi su un set di 44 criteri e 380 indicatori adattabili a seconda del tipo di certificazione richiesta, dell’area geografica e dei fattori locali che vengono verificati due volte all’anno. Anche in questo caso ci si ispira alle linee guida dettate dalle nazioni unite. Nella pagina ufficiale si indica che il programma offre certificazioni ad attrazioni, navi da crociera, hotel, eventi, organizzazioni, ristoranti,

trasporti, operatori turistici e negozi; di fatto non è possibile certificare un'intera destinazione. Oltre alle classiche valutazioni ambientali, economiche e culturali viene introdotta la componente manageriale che tra le varie cose prevede trasparenza nelle operazioni di gestione, rispetto dei principi di eticità e delle leggi nazionali ed internazionali, una formazione periodica per gli impiegati, il controllo della soddisfazione dei clienti e l'accuratezza dei materiali promozionali. Si devono inoltre rispettare i canoni di design e sicurezza nella costruzione delle infrastrutture e garantire salute e sicurezza della comunità locale e dei visitatori. Il certificato può essere di livello base, oro o platino a seconda di quanti anni consecutivi vengono superati i processi di valutazione. La documentazione e la formazione viene fornita su pagamento e non è liberamente consultabile al pubblico, tutti elementi che rendono il GreenGlobe 21 uno dei programmi più costosi limitandone di fatto il numero di partecipanti. In un rapporto stilato da Sinergy su commissione della sezione britannica del WWF, si afferma che il programma è indirizzato alle attività turistiche definite "mainstream", che generalmente risultano avere uno scarso interesse nell'aderire ai programmi di sostenibilità turistica, spingendo sulla possibilità di usare la certificazione al fine di dimostrare che il loro successo va di pari passo con la loro attenzione per l'ambiente e proponendo un processo di certificazione più snello, con requisiti meno stringenti e che richieda meno impegno operativo rispetto ad altri programmi simili. Da un punto di vista più tecnico il programma è molto valido perché adattabile a svariate tipologie di destinazione, per come è strutturato richiede un continuo miglioramento della gestione ambientale, fornisce feedback su tutte e tre le dimensioni del turismo sostenibile (ambientale, sociale, economica) e grazie all'approccio sistematico e l'affinità con gli standard ISO si interfaccia bene con altre tipologie di certificazione aziendale. [15]

GSTC

Il Global Sustainable Tourism Council è un'organizzazione indipendente fondata nel 2009, tra cui associati spiccano agenzie delle nazioni unite, governi nazionali e provinciali, compagnie di viaggio, tour operator e comunità, uniti tutti dall'obiettivo comune di conoscere e implementare processi di best practises per il turismo sostenibile. I criteri di sostenibilità, la cui definizione e gestione sono gli obiettivi dell'organizzazione, sono promossi come linee guida da seguire per piani di sviluppo sostenibili, ma anche come guida per i turisti in modo da ottenere le basi per scegliere fornitori e località riconosciute sostenibili secondo gli standard diffusi e accettati ufficialmente dalla comunità internazionale. Allora i criteri GSTC sono gli impegni base ai quali un'organizzazione turistica deve tendere qualora intenda considerare la sostenibilità parte integrante del proprio operato. Per soddisfare la definizione di Turismo sostenibile, le destinazioni devono avere un approccio interdisciplinare, olistico e integrato che include i quattro principali obiettivi:

- dimostrare una gestione sostenibile della destinazione,
- massimizzare i benefici sociali ed economici e minimizzare gli impatti negativi per la comunità ospitante
- massimizzare i benefici per le comunità, i visitatori e il patrimonio culturale e minimizzare gli impatti negativi
- massimizzare i benefici all'ambiente e minimizzare gli impatti negativi.

I Criteri GSTC sono stati studiati per essere usati da tutti le tipologie e dimensioni di destinazioni. [15]

Bandiera Blu

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

<i>Tematica</i>	<i>Punteggio</i>
Spiaggia	5 – 14
Acque di balneazione	5 – 10
Depurazione acque	0,5 – 10
Gestione Rifiuti	0 – 20
Educazione Ambientale ed Informazione	1 – 12
Iniziative per la Sostenibilità Ambientale	0 – 15,5
Certificazione Ambientale	0,5 – 6,5
Turismo	1 – 9,5
Pesca professionale	0 – 2,5

Tabella 3.2 – Procedura operativa assegnazione “Bandiera Blu”

La tipologia di certificazione applicabile solo alle località costiere, tuttavia risulta essere il programma con il maggior impatto sull'opinione pubblica e sui mass media.

Abbiamo così osservato cosa significhi sostenibilità turistica e abbiamo visto quanti strumenti le destinazioni turistiche abbiano a disposizione per monitorare la loro situazione attuale ed eventualmente valutare le strategie da implementare per migliorare la loro performance. Di fatto però, tutti questi strumenti, quale per un difetto, quale per un altro, sono spesso inefficaci e difficili da utilizzare. Tra i problemi principali:

- la difficoltà nel raccogliere tutti i dati necessari per poter rendere efficace l'indicatore;
- informazioni richieste spesso troppo approfondite;
- durata delle indagini;
- mole di lavoro e conseguenti costi operativi.

A tutto ciò, si sommano le competenze necessarie per analizzare i dati e per ricavarne una strategia operativa, sempre ricordando che di fatto non esistono incentivi concreti e non ci sono garanzie di un ritorno di immagine una volta arrivati ad ottenere dei buoni risultati. Un altro aspetto negativo degli indicatori analizzati è che vi si aderisce volontariamente, e quindi si potrebbe tranquillamente non intraprendere il percorso senza nessun tipo di deficit attualmente documentabile. [15]

3.4 Corporate Social Responsibility

Dall'ultimo paragrafo si evince che la responsabilità delle imprese del settore turistico nei confronti dell'ambiente, per una pratica di sostenibilità e di innovazione delle proprie attività, è strettamente volontario e non sussistono obblighi vincolanti. Questa attenzione rivolta anche verso temi sociali e umanitari è alla base della *Corporate Social Responsibility*. La Corporate Social Responsibility aziendale, viene ufficialmente definita nel 2001 dalla Comunità Europea, come: «*l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate*». Oggi il concetto di stakeholder è di portata mondiale, e non c'è ambito d'impresa che non debba curare la propria reputazione agli occhi dei cittadini. Soprattutto se i cittadini diventano sempre più consapevoli e sensibili al tema della sostenibilità economica e ambientale, anche nelle proprie scelte di consumo. [16]

Il concetto si fa risalire al 1953 e al libro di Howard R. Bowen "Social Responsibility of Businessman" il quale si chiede quali responsabilità verso la società sia lecito

aspettarsi da chi dirige un'impresa. Le definizioni di CSR (acronimo usato appunto per la Corporate Social Responsibility) nel corso degli anni si sono moltiplicate ma tra le più popolari c'è quella di Archie B. Carrol con la sua piramide della CSR elaborata nel 1991 e ancora oggi tra le più accreditate. Carrol spiega che il profitto resta alla base della piramide delle quattro responsabilità del business, inteso però in un'ottica di lungo periodo. Al secondo gradino c'è il dovere da parte dell'impresa di rispettare leggi e norme, dal diritto del lavoro alla salute pubblica. Ancora sopra, l'etica, intesa come un'operosità che sottende la morale e in questo senso va anche oltre le leggi scritte, per esempio attraverso una maggior attenzione ai rapporti con clienti e fornitori. In cima alla piramide di Carrol c'è la responsabilità filantropica, la CSR, ovvero l'impegno a restituire alla società il valore che si ricava dal business. Si tratta però di azioni volontarie e non obbligatorie, anche se ne viene riconosciuta l'importanza: si parla più che altro di volontariato aziendale che coinvolge ogni aspetto della vita aziendale, anche il clima lavorativo, la parità di genere e la diversity, per citare due temi d'attualità, quindi ciò che accade in azienda e fuori dall'azienda, con uno sguardo che va ben oltre il breve termine proiettando l'impresa avanti nel futuro e riflettendo sul futuro, cosa rimarrà alle prossime generazioni. Una questione di sopravvivenza, se si pensa all'ambiente e al riscaldamento globale, ma anche d'immagine, molto importante in una società totalmente connessa e sempre più "social".

Storicamente, l'origine della CSR può essere fatta risalire all'antico diritto romano, ove erano presenti entità come orfanotrofi, case per poveri ed anziani, ospedali. Questa nozione di imprese sociali fu portata avanti nel medioevo con le prime istituzioni accademiche, municipali e religiose. Con il proseguire dei secoli, e con l'espansione territoriale e coloniale delle varie potenze europee, le imprese svolsero una vera e propria funzione sociale. A incoraggiare questa attenzione delle imprese verso il contesto di riferimento è stata anche la filosofia religiosa cristiana. Questo approccio lasciò presto spazio alle riforme sociali e filantropiche del XIX secolo. Questi ultimi si concentrarono su temi quali la povertà, l'ignoranza, lo sfruttamento della classe operaia e il lavoro minorile. Durante la fine del 1800 e l'inizio del 1900, la creazione di schemi di welfare hanno avuto un approccio paternalistico volto a proteggere e trattenere i dipendenti e di migliorare la loro qualità di vita. Nacquero i primi sindacati di lavoratori in cerca di condizioni di lavoro sempre più favorevoli. Come risposta a queste nuove sfide, e con l'obiettivo di trovare l'armonia tra l'industria e la forza lavoro, alcuni dirigenti d'azienda crearono organizzazioni per la promozione dei valori e il miglioramento delle condizioni di lavoro. Tale il caso della Civic Federation of Chicago, un'organizzazione creata per promuovere migliori condizioni di lavoro e dove i valori religiosi si fondevano con obiettivi economici con un senso di orgoglio civico.

Solo a partire dagli anni '50 del secolo scorso, che fu trattata nella letteratura la questione di quali fossero le responsabilità di un'azienda, e che ha portato al costruito

moderno di Corporate Social Responsibility. Fu infatti a cavallo tra gli anni '50 e '60 che la ricerca accademica si concentrò sul livello sociale dell'analisi, fornendole implicazioni pratiche. Fra i personaggi del periodo, precursori della CSR, occorre citare il lavoro dell'accademico Bowen, che espose l'idea di definire i principi per le aziende per adempiere alla loro responsabilità sociali. Evidenziò così quanto le scelte dei grandi dirigenti d'azienda influenzano la qualità della vita della società nel suo complesso, e si perseguire in questo modo linee d'azione desiderabili in termini di obiettivi e valori della società. Naturalmente, è comprensibile che l'interesse nella CSR durante gli anni '60 sia stato influenzato dalla crescente consapevolezza nella società e dai movimenti sociali dell'epoca. Sul tema in oggetto un contributo importante derivò da Carrol, che in una sua pubblicazione del 1979, dichiara che la CSR comprende target economici, legali, etici e morali, tra loro non incompatibili, ma parte integrante del medesimo quadro aziendale di responsabilità. Le pubblicazioni accademiche dell'epoca fornivano alle aziende approcci su come conformarsi alle nuove responsabilità definite dalle allora nuove legislazioni che coprivano aspetti ambientali così come la sicurezza dei prodotti e diritti del lavoro. Negli anni '80 tale attenzione si declinò nella creazione di quadri, modelli e metodi finalizzati a valutare la CSR da una prospettiva operativa. Un esempio deriva dallo studio di Tuzzolino e Armandi, che nel 1981 presentarono una struttura di gerarchia dei bisogni attraverso i quali la performance socialmente responsabile dell'azienda poteva essere valutata sulla base di 5 criteri: *redditività, sicurezza, affiliazione e contesto industriale, posizione di mercato, e autorealizzazione*. Come sostenuto da Carrol (2008) "le preoccupazioni e le aspettative più rilevanti del comportamento aziendale durante gli anni '80 ruotavano intorno a inquinamento ambientale, discriminazione sul lavoro, abusi dei consumatori, salute e sicurezza dei dipendenti, qualità della vita lavorativa, il deterioramento della vita urbana e le discutibili/pratiche abusive delle multinazionali. È importante tener conto che fu proprio questo il decennio del disastro nucleare di Chernobyl (1986), che portò ad una crescente consapevolezza della comunità internazionale nei confronti della protezione dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile, e indirettamente il comportamento aziendale. Entrarono così nel vocabolario aziendale i concetti di etica aziendale e gestione degli stakeholders.

Durante gli anni '90 il processo di globalizzazione ha aumentato le operazioni delle società multinazionali che ora affrontano diverse sfide imprenditoriali all'estero, con in vari casi quadri normativi deboli. Molte multinazionali hanno capito che essere socialmente responsabili aveva il potenziale per essere un percorso sicuro per bilanciare le sfide e le opportunità del processo di globalizzazione che stavano vivendo e, di conseguenza, l'istituzionalizzazione della RSI (responsabilità sociale d'impresa) divenne più forte. L'esempio più notevole dell'istituzionalizzazione della RSI è stata la fondazione nel 1992 dell'associazione Business for Social Responsibility (BSR) che inizialmente comprendeva 51 aziende con la visione di diventare una "forza per il un

cambiamento sociale positivo con l'obiettivo di preservare le risorse naturali, garantire la dignità umana ed equità, e operare in modo trasparente". Anche la Commissione europea (CE) ha giocato un ruolo rilevante nell'incoraggiare l'attuazione della RSI e iniziando a promuoverla già nel 1995, quando 20 business leader hanno adottato la Dichiarazione delle imprese europee contro l'esclusione sociale, in risposta all'appello della CE a combattere l'esclusione sociale e la disoccupazione.

Nei primi anni del ventunesimo secolo, Craig Smith (2001) ha spiegato che le politiche aziendali erano cambiate in funzione dell'interesse pubblico e sociale, e di conseguenza si ha avuto un impatto sociale positivo. Ciò implicava che la portata della responsabilità sociale ora riguardava un insieme più ampio di stakeholder e da qui una nuova definizione per cui: "La *Corporate Social Responsibility (CSR)* si riferisce agli obblighi dell'azienda verso i suoi stakeholder. Questi obblighi vanno oltre i requisiti legali e i doveri dell'azienda verso i suoi azionisti. L'adempimento di questi è inteso a minimizzare qualsiasi danno e massimizzare l'impatto benefico a lungo termine dell'impresa sulla società". Durante i primi anni 2000, Friedman e Miles (2002) hanno fornito una nuova prospettiva alla teoria degli stakeholder che ha rafforzato la convinzione che le società dovrebbero essere gestite a beneficio di insieme più ampio di stakeholder, evidenziando una responsabilità verso i fornitori, i consumatori, i dipendenti, gli azionisti e la comunità locale e ribadendo così una gestione d'impresa attenta alla CSR. Hanno definito inoltre che la relazione tra le aziende e i loro stakeholder è dinamica e ha diversi livelli di influenza sull'azienda. La risposta strategica che le aziende danno al loro contesto sociale in evoluzione è stata ulteriormente esplorata da Werther e Chandler (2005) che, con il loro primo lavoro pubblicato insieme, si sono concentrati sull'implementazione della CSR come parte della gestione del marchio al fine di raggiungere e mantenere la legittimità in un contesto di marchi globali. La rilevanza del loro lavoro si basa sulla l'enfasi posta sull'evoluzione della responsabilità sociale trasformando la RSI da un impegno minimo a una necessità strategica. Nel 2007, dallo studio di Husted e Allen in cui avevano coinvolto un campione composto dalle 110 imprese spagnole più grandi, si evince che la visibilità della RSI sui media genera un'immagine positiva dell'azienda e può essere legata alla creazione di valore mediante una maggiore fedeltà dei clienti, e attrazione di nuovi. Husted e Allen hanno però sottolineato che le aziende intervistate hanno progettato le loro politiche di responsabilità sociale d'impresa (RSI), con l'obiettivo di creare valore che sembra essere limitato ai benefici economici delle aziende stesse, e non necessariamente per tutti i loro stakeholders. In questo caso ci si potrebbe chiedere se effettivamente le imprese analizzate abbiano sviluppato politiche di CSR in termini olistici, finalizzate cioè al proprio torna conto. Sono gli studiosi Heslin e Ochoa che nel 2008 hanno sostenuto che le politiche di CSR sono più efficaci quando sono svolte seguendo principi comuni. Le imprese che loro hanno analizzato seguono infatti un approccio alla RSI su elementi quali: coltivare il talento dei propri dipendenti, sviluppare nuovi mercati, proteggere il benessere dei

lavoratori, ridurre l'impronta ambientale, coinvolgere i clienti, e rendere più sostenibile la propria supply chain. Quindi Heslin e Ochoa rilevano che i principi ora proposti possono migliorare le opportunità di business delle imprese mentre forniscono benefici al contesto sociale in cui operano. Per esempio, coltivare il talento dei propri dipendenti è spiegato come la necessità delle aziende di promuovere e mantenere dipendenti qualificati che si riflette per loro come opportunità di carriera migliori.

La visione della CSR come forma di creazione di valore per l'impresa viene superata dagli studi svolti dagli accademici dopo il 2010. Nella pubblicazione di Chalder del 2016, la Corporate Social Responsibility non deve più essere orientata alla massimizzazione dei profitti imprenditoriali, ma alla loro ottimizzazione. Lo studioso spiega allora che le imprese devono mirare a ottimizzare valore a lungo termine concentrandosi sulle loro aree di competenza e generando così valore condiviso. La corporate social responsibility deve essere allora parte delle operazioni quotidiane, dei processi decisionali e della cultura aziendale. **[17]**

Il Covid-19 pone delle sfide alle imprese e alle organizzazioni per quanto riguarda la RSI. Inevitabilmente questa crisi ha messo alla prova le aziende per il loro impegno verso la condotta etica degli affari e alla RSI. Alcuni possono sostenere che le tensioni finanziarie, sia a breve che a lungo termine, causate dall'epidemia potrebbe spingere significativamente le aziende a perseguire guadagni a breve termine, a volte anche attraverso la frode e la cattiva condotta, e a ridurre gli investimenti in CSR a lungo termine, probabilmente a causa della mancanza di risorse economiche e della crescente pressione per sopravvivenza. Ciò nonostante, molte sono le imprese che hanno resistito a pratiche commerciali non etiche ma che si sono impegnate attivamente in varie pratiche di RSI. Ad esempio, molte sono le imprese che hanno trasformato la loro attività in funzione della produzione di dispositivi di protezione personale come mascherine e disinfettanti. In Regno Unito, Vodafone ha introdotto per i suoi clienti l'accesso ai dati mobili illimitati, e innumerevoli sono i supermercati che durante la prima ondata di pandemia nel 2020 hanno assegnato orari di apertura specificamente per gli anziani, e il personale sanitario. Il

legame che si stabilisce tra il marchio e il consumatore durante questo periodo di crisi può essere più significativo e duraturo che in tempi "pacifici". Pertanto, la pandemia Covid-19 offre grandi opportunità per le aziende di impegnarsi attivamente con le loro strategie e agende di RSI. Tuttavia, la pandemia ha spinto molte aziende fuori dagli affari, e in molti casi sull'orlo del collasso. Come abbiamo osservato nei paragrafi precedenti, proprio il turismo è stato uno dei settori più colpiti. "La pandemia finora non ha spinto a trasformazioni che guardano al futuro, ma ci ha mostrato molto chiaramente il presente", ha affermato Achim Steiner, Administrator, United Nations Development Programme (UNDP). **[18]**

Tornando all'impegno a favore della CSR in Europa, la Comunità Europea ha recentemente messo mano alla direttiva 2013/34 relativa ai bilanci d'esercizio imponendo alle imprese di maggiori dimensioni, oltre 500 dipendenti e fatturato oltre i 40 milioni di euro, la rendicontazione delle informazioni non finanziarie. Un allineamento a qualcosa che molte imprese già facevano, avendo colto rapidamente il trend generale di interesse da parte dei consumatori o in generale l'attenzione anche della stampa e dei social verso i comportamenti etici di chi fa business. Prime tra tutte le imprese con brand consumer, a diretto contatto con le persone, dalla moda all'alimentare, per esempio Johnson & Johnson, Unilever, Nestlè, Coca-Cola, Ferrero, e quelle dalle quali, per definizione, ci si aspetta un comportamento più che etico. Di fatto già nel 2017 a redigere un report CSR era il 78% delle aziende multinazionali del mondo, data stretta relazione tra CSR e le performance finanziarie delle aziende, confermate in più studi come quelli di Vollono nel 2010 e McDermott nel 2012. [17]

L'Italia è tra i pionieri nella CSR poiché la legge 254/2016 imponeva già l'obbligo dell'inserimento nel bilancio appunto per le aziende quotate in borsa. L'ultima edizione dell'Osservatorio Socialis rilasciata nel 2020 quantifica a quasi un miliardo e ottocento milioni di euro (1,771 mld) gli investimenti nel 2019 in azioni di CSR e Sostenibilità da parte delle aziende italiane che hanno scommesso sul loro ruolo di produttori di valore sociale: il 25% in più rispetto al 2017 (1,412 mld). Ad investire nel corso del 2020 il 92% delle aziende con più di 80 dipendenti dislocate sul territorio italiano. [16]

3.5 Conclusioni

Il target maggiore di questo capitolo è la definizione di turismo sostenibile, che possiamo ora individuare come un'espressione specifica della sopracitata *Corporate Social Responsibility*.

“Il turismo sostenibile è il turismo economicamente, socio-culturalmente e ambientalmente sostenibile, i cui impatti socio-culturali e ambientali non sono né permanenti né irreversibili”.

Il concetto di sostenibilità associata alle attività turistiche si rifà comunque alla definizione data dalla WCED nel Rapporto Brundtland nel 1987: *“Le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale ed artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed*

economiche". Lo sviluppo sostenibile del turismo pone alla base del proprio sviluppo un piano mirato a garantire la redditività del territorio di una località turistica in una prospettiva di lungo periodo con obiettivi di compatibilità ecologica, socioculturale ed economica. La sostenibilità ha anche un valore di immediato interesse economico; infatti, le località turistiche devono la loro popolarità all'integrità delle bellezze naturali, se questa si degrada oltre una certa soglia, i flussi turistici sono destinati al declino.

Capitolo 4 – DATI

Le basi teoriche individuate all'interno dei primi tre capitoli del lavoro, sono funzionali alla trattazione del presente e del successivo capitolo. Di seguito, si va a presentare l'origine e il contenuto del progetto *Cuore Innovativo – Alte Valli*, i cui temi analizzati mirano all'innovazione e alla sostenibilità praticata dalle imprese turistiche nel territorio coinvolgente tutta l'area collocata nella fascia occidentale dell'arco alpino. Successivamente si espone la metodologia della raccolta dati, che è stata sviluppata congiuntamente dai tesisti coinvolti nel progetto e dalla dottoranda e co-relatrice Valentina Biconne.

Il capitolo si chiude con l'approfondimento sulle domande proposte dal questionario, in specifica istanza sulla sostenibilità e sulla corporate social responsibility.

4.1 Progetto CUORE INNOVATIVO

Il lavoro di tesi si inserisce nel progetto europeo *CoeurAlp INNOVAZIONE – Cuore Innovativo*, inserito all'interno del PITER "Alte Valli – Cuore delle Alpi". Il progetto ha lo scopo di incoraggiare lo sviluppo dell'innovazione attraverso la messa in rete delle imprese del territorio transfrontaliero nel settore turistico

Il progetto Cuore Innovativo coinvolge tutta l'area del PITER Alte Valli, collocata nella fascia occidentale dell'arco alpino e intende creare opportunità di innovazione al settore trainante del turismo nel territorio delle Alte Valli, innovazione che include i temi della sostenibilità quali la cura e la manutenzione del patrimonio paesaggistico, la ricettività, e l'accoglienza.

In questo modo il progetto mira ad indagare le condizioni necessarie affinché l'area delle Alte Valli diventi una "destinazione intelligente", in grado di combinare gli aspetti della sostenibilità, del turismo esperienziale e dell'uso adeguato delle risorse naturali con le nuove tecnologie, inclusi gli aspetti dell'accessibilità fisica. Le Alte Valli rappresentano un territorio di cooperazione transfrontaliera che unisce le valli alpine vicine del Pays de Maurienne, Briançonnais, Guillestrois Queyras, Pays des Ecrins in Francia, Valle di Susa, Val Sangone e del Pinerolese in Italia.

Gli obiettivi generali del progetto sono i seguenti:

- Creazione di una "rete" franco-italiana di attori economici che faciliterà lo scambio di esperienze e la cooperazione transfrontaliera;
- Sostegno alle collaborazioni interaziendali e/o tra aziende e laboratori;
- Sviluppo di servizi transfrontalieri;
- Promozione del turismo sostenibile;
- Creazione di nuovi servizi per le imprese e valorizzazione di quelli già esistenti;
- Creazione delle condizioni affinché le Alte Valli possano diventare una destinazione intelligente.

I partner ufficiali coinvolti nel progetto sono:

- *Communauté de communes de Briançonnais*
- *Syndicat - Pays de Maurienne Savoie*
- *Communauté de communes Maurienne Gabilier*
- *CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della piccola media impresa – Città Metropolitana di Torino),*
- *Pays de Ecrins – Communauté de Communes,*
- *G.A.L. Escartones e Valli Valdesi.*



La raccolta dei dati è stata svolta mediante un questionario rivolto ad un campione di imprese così costituito:

- Numero totale delle imprese della filiera turistica “in senso stretto”: 1124;
- Numero totale delle imprese della filiera turistica “allargata”: 1569.

La distinzione tra filiera turistica in “senso stretto” e “allargata” è la seguente: la prima comprende solo le imprese che forniscono un servizio finalizzato all’esperienza turistica (alberghi, ristoranti, villeggiature, aree a tema, tour operator); la seconda comprende anche imprese la cui attività può essere associata all’attività turistica

(imprese artigianali, imprese alimentari, imprese di trasporto). Dalla presentazione del progetto anche la definizione dei target: “Il target dell’indagine è costituito dalle imprese della filiera turistica presenti sul territorio transfrontaliero italiano. Per poter identificare in modo univoco le tipologie di imprese è stata utilizzata la classificazione ATECO che costituisce la versione nazionale della nomenclatura europea Nace Rev. 2, pubblicata sull’Official Journal il 20 dicembre 2006 (Regolamento (CE) n.1893/2006 del PE e del Consiglio del 20/12/2006). Tipologie di imprese turistiche:

- Le attività ricettive;
- Le attrazioni;
- Le attività collegate alla balneazione;
- Imprese di produzione e gestione degli eventi aggregativi;
- Il trasporto di persone fisiche;
- Imprese di somministrazione;
- Imprese dell’intermediazione turistica (esempio: i tour operator, i tour organizer, le agenzie di viaggio...).

Al fine di ottenere un’analisi più completa del territorio, si è ampliata filiera turistica con i seguenti settori:

- Valorizzazione delle tipicità locali: manifatturiero.
- Valorizzazione delle tipicità locali: agroalimentare.
- Accesso a internet.

Allora per completare il quadro dell’offerta turistica, nel progetto di studio vengono considerati anche i vari fornitori delle stesse imprese turistiche che rappresentano le aziende dell’indotto, cioè quelle attività che beneficiano indirettamente della presenza di turisti. Precisiamo che un’impresa viene definita “turistica” sia quando tutti i suoi clienti sono turisti, sia quando lo sono in prevalenza. Vi sono infatti molte di queste che hanno tra i loro utenti sia viaggiatori sia residenti.

4.2 Accesso ai dati

Partendo dagli obiettivi generali su cui si focalizza l'intero progetto *Cuore Innovativo-Alte Valli*, il seguente lavoro di tesi concentra l'attenzione sui temi della sostenibilità individuando come propri i seguenti obiettivi:

- L'individuazione delle caratteristiche e dei bisogni delle piccole e medie imprese turistiche nel territorio delle Alte Valli;
- La comprensione del comportamento delle piccole e medie imprese circa la *corporate social responsibility*;
- La promozione del turismo sostenibile.

Ai fini dell'analisi, per poter identificare in modo univoco le tipologie di imprese è stata utilizzata la classificazione ATECO. Nella fattispecie il codice ATECO è una combinazione alfanumerica che identifica una ATtività ECONomica. Le lettere individuano il macro-settore economico mentre i numeri (da due fino a sei cifre) rappresentano, con diversi gradi di dettaglio, le specifiche articolazioni e sottocategorie dei settori stessi. Le attività economiche vengono raggruppate con dettaglio crescente secondo sezioni, divisioni, gruppi, classi, categorie, e sottocategorie. Tale codice è necessario affinché ciascuna attività sia classificata in modo standardizzato per fini fiscali, contributivi e statistici.

Si mostrano di seguito nella tabella 4.1 i codici ATECO rispondenti alle imprese appartenenti alla così definita filiera turistica in senso "ampio".

Tabella 4.1: codici ATECO filiera turistica in "senso stretto"

Industria turismo in senso stretto	
Codice Ateco	Descrizione
55.10.00	Alberghi
55.20.10	Villaggi turistici
55.20.20	Ostelli della gioventù
55.20.30	Rifugi di montagna
55.20.40	Colonie marine e montane
55.20.51	Affittacamere per brevi soggiorni
55.20.52	Attività di alloggio connesse alle aziende agricole

55.30.00	Aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte
55.90.10	Gestione di vagoni letto
56.10.11	Ristorazione con somministrazione
56.10.12	Attività di ristorazione connesse alle aziende agricole
56.10.30	Gelaterie e pasticcerie
56.10.50	Ristorazione su treni e navi
56.21.00	Catering per eventi
56.29.10	Mense
56.29.20	Catering continuativo su base contrattuale
77.11.00	Noleggio di autovetture e autoveicoli leggeri
77.21.01	Noleggio di biciclette
77.21.02	Noleggio senza equipaggio di imbarcazioni da diporto
77.21.09	Noleggio di altre attrezzature sportive e ricreative
79.11.00	Attività delle agenzie di viaggio
79.12.00	Attività dei tour operator
79.90.11	Servizi di biglietteria per eventi teatrali
79.90.19	Servizi di prenotazione e assistenza turistica
79.90.20	Attività delle guide e degli accompagnatori turistici
82.3	Organizzazione di convegni e fiere
90.01.01	Attività nel campo della recitazione
90.01.09	Altre rappresentazioni artistiche
90.02.02	Attività nel campo della regia
90.02.09	Altre attività di supporto alle rappresentazioni artistiche
90.03.00	Creazioni artistiche e letterarie
90.03.02	Attività di conservazione e restauro di opere d'arte
90.03.09	Altre creazioni artistiche e letterarie
90.04.00	Gestione strutture artistiche
91.01.00	Attività di biblioteche ed archivi
91.02.00	Attività di musei
91.03.00	Gestione di luoghi e monumenti storici e attrazioni simili
91.04.00	Attività degli orti botanici
93.11.10	Gestione di stadi
93.11.20	Gestione di piscine
93.11.90	Gestione di impianti sportivi
93.19.10	Enti e organizzazioni sportive
93.19.92	Attività delle guide alpine
93.21.00	Parchi di divertimento e parchi tematici
93.29.10	Discoteche/sale da ballo night-club e simili
93.29.20	Gestione di stabilimenti balneari: marittimi
93.29.30	Sale giochi e biliardi
93.29.90	Altre attività di intrattenimento e di divertimento
94.99.20	Attività con fini culturali/ricreativi/ la coltivazione di hobby
96.04.20	Stabilimenti termali

Tabella 4.2: codici ATECO settore manifatturiero

Codice Ateco	Descrizione
	PREPARAZIONE E FILATURA DI FIBRE TESSILI
13.20.00	Tessitura
13.30.00	Finissaggio dei tessuti, degli articoli di vestiario e attività similari
13.99.90	Fabbricazione di feltro e articoli tessili diversi
	INDUSTRIA DEL LEGNO E DEI PRODOTTI IN LEGNO E SUGHERO (ESCLUSI I MOBILI); FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN PAGLIA E MATERIALI DA INTRECCIO
16.22.00	Fabbricazione di pavimenti in parquet assemblato
16.23.10	Fabbricazione di porte e finestre in legno (escluse porte blindate)
16.23.20	Fabbricazione di altri elementi in legno e di falegnameria per l'edilizia
16.29.12	Fabbricazione di manici di ombrelli, bastoni e simili
16.29.19	Fabbricazione di altri prodotti vari in legno (esclusi i mobili)
16.29.30	Fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio
16.29.40	Laboratori di cornici
	FABBRICAZIONE DI ALTRI PRODOTTI DELLA LAVORAZIONE DI MINERALI NON METALLIFERI
23.13.00	Fabbricazione di vetro cavo
23.19.20	Lavorazione di vetro a mano e a soffio artistico
23.19.90	Fabbricazione di altri prodotti in vetro (inclusa la vetreria tecnica)
23.41.00	Fabbricazione di prodotti in ceramica per usi domestici e ornamentali
23.70.10	Segagione e lavorazione delle pietre e del marmo
23.70.20	Lavorazione artistica del marmo e di altre pietre affini, lavori in mosaico
	ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE
32.12.10	Fabbricazione di oggetti di gioielleria ed oreficeria in metalli preziosi o rivestiti di metalli preziosi
32.20.00	Fabbricazione di strumenti musicali (incluse parti e accessori)

Tabella 4.3: codici ATECO settore alimentare

Codice Ateco	Descrizione
	INDUSTRIE ALIMENTARI
10.11.00	Produzione di carne non di volatili e di prodotti della macellazione (attività dei mattatoi)
10.12.00	Produzione di carne di volatili e prodotti della loro macellazione (attività dei mattatoi)
10.13.00	Produzione di prodotti a base di carne (inclusa la carne di volatili)
10.20.00	Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi mediante surgelamento, salatura eccetera
10.31.00	Lavorazione e conservazione delle patate
10.32.00	Produzione di succhi di frutta e di ortaggi
10.39.00	Lavorazione e conservazione di frutta e di ortaggi (esclusi i succhi di frutta e di ortaggi)
10.41.10	Produzione di olio di oliva da olive prevalentemente non di produzione propria
10.41.20	Produzione di olio raffinato o grezzo da semi oleosi o frutti oleosi prevalentemente non di produzione propria
10.41.30	Produzione di oli e grassi animali grezzi o raffinati
10.42.00	Produzione di margarina e di grassi commestibili simili
10.51.10	Trattamento igienico del latte
10.51.20	Produzione dei derivati del latte
10.52.00	Produzione di gelati senza vendita diretta al pubblico
10.61.10	Molitura del frumento
10.61.20	Molitura di altri cereali
10.61.30	Lavorazione del riso
10.61.40	Altre lavorazioni di semi e granaglie
10.62.00	Produzione di amidi e di prodotti amidacei (inclusa produzione di olio di mais)
10.71.10	Produzione di prodotti di panetteria freschi
10.71.20	Produzione di pasticceria fresca
10.72.00	Produzione di fette biscottate, biscotti; prodotti di pasticceria conservati
10.73.00	Produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili

10.81.00	Produzione di zucchero
10.82.00	Produzione di cacao in polvere, cioccolato, caramelle e confetterie
10.83.01	Lavorazione del caffè
10.83.02	Lavorazione del tè e di altri preparati per infusi
10.84.00	Produzione di condimenti e spezie
10.85.01	Produzione di piatti pronti a base di carne e pollame
10.85.02	Produzione di piatti pronti a base di pesce, inclusi fish and chips
10.85.03	Produzione di piatti pronti a base di ortaggi
10.85.04	Produzione di pizza confezionata
10.85.05	Produzione di piatti pronti a base di pasta
10.85.09	Produzione di pasti e piatti pronti di altri prodotti alimentari
10.86.00	Produzione di preparati omogeneizzati e di alimenti dietetici
10.89.01	Produzione di estratti e succhi di carne
10.89.09	Produzione di altri prodotti alimentari nca
10.91.00	Produzione di mangimi per l'alimentazione degli animali da allevamento
10.92.00	Produzione di prodotti per l'alimentazione degli animali da compagnia
	INDUSTRIA DELLE BEVANDE
11.01.00	Distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici
11.02.10	Produzione di vini da tavola
11.02.20	Produzione di vino spumante e altri vini speciali
11.03.00	Produzione di sidro e di altri vini a base di frutta
11.04.00	Produzione di altre bevande fermentate non distillate
11.05.00	Produzione di birra
11.06.00	Produzione di malto
11.07.00	Industria delle bibite analcoliche, delle acque minerali e di altre acque in bottiglia
	ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE
56.10.20	Ristorazione senza somministrazione con preparazione di cibi da asporto

Tabella 4.4: codici ATECO accesso a internet

	TELECOMUNICAZIONI
61.90.10	Erogazione di servizi di accesso ad internet (ISP)
61.90.20	Posto telefonico pubblico ed Internet Point

Un dettaglio utile per la comprensione della metodologia della raccolta dati, proposta nel paragrafo successivo, consiste nella spiegazione dell'accesso ai dati delle imprese di studio. Come appena esposto dalla presentazione del progetto *CUORE INNOVATIVO*, esso nasce da CNA Torino (Confederazione Nazionale Artigianale delle piccole e medie imprese) che condivide con Infocamere il data base delle imprese presenti sul territorio italiano. In questo modo è stata così interrogata la banca dati in funzione del territorio di studio, e successivamente per i codici ATECO. Di seguito i comuni delle valli che sono oggetto della seguente analisi: Val di Susa, Valle Pinerolese.

Tabella 4.5: i comuni del territorio italiano di progetto

Valli di Susa e Val Sangone	Valle Pinerolese
Almese	Angrogna
Avigliana	Bibiana
Bardonecchia	Bobbio Pellice
Borgone di Susa	Bricherasio
Bruzolo	Cantalupa
Bussoleno	Cumiana
Caprie	Fenestrelle
Caselette	Frossasco
Cesana torinese	Inverso Pinasca
Chianocco	Luserna San Giovanni
Chiomonte	Lusernetta
Chiusa di San Michele	Massello
Claviere	Perosa Argentina
Coazze	Perrero
Condove	Pinasca

Exilles	Pinerolo
Giaglione	Pomaretto
Giaveno	Porte
Gravere	Pragelato
Mattie	Prali
Meana di Susa	Pramollo
Mompantero	Prarostino
Moncenisio	Roletto
Novalesa	Rorà
Oulx	Roure
Reano	Salza di Pinerolo
Salbertrand	San Germano Chisone
San Didero	San Pietro Val Lemina
San Giorio di Susa	San Secondo di Pinerolo
Sangano	Torre Pellice
Sant'Ambrogio di Torino	Usseaux
Sant'Antonino di Susa	Villar Pellice
Sauze d'Oulx	Villar Perosa
Sauze di Cesana	
Sestriere	
Susa	
Trana	
Vaie	
Valgioie	
Venaus	
Villar Dora	
Villar Focchiardo	

4.3 Raccolta dati

Riassumendo, al fine di individuare le imprese della filiera turistica presenti nel territorio italiano, si è ricorso al Registro Imprese di Infocamere. In primis sono state selezionate tutte le imprese presenti nel territorio di progetto, lato italiano (in cui sono state individuate 15304 attività). Successivamente, sono state selezionate le

imprese in base ai codici ATECO individuati nel paragrafo 4.2. La filiera turistica in senso “allargato” comprende le imprese raggruppate nelle seguenti categorie:

- Agenzie, viaggi e guide
- Associazioni (con tale termine si intendono le attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby e di organizzazione di convegni e fiere)
- Gelaterie e pasticcerie
- Intrattenimento
- Ristorazione con somministrazione;
- Servizi di alloggi
- Servizi di trasporto passeggeri
- Sport
- Zoo Orto Botanici
- Valorizzazione delle tipicità locali: manifatturiero
- Valorizzazione delle tipicità locali: agroalimentare
- Accesso a internet

Inizialmente è stata inviata a tappeto una e-mail di partecipazione al progetto, con su scritto il link per accedere al questionario e in allegato il file ufficiale di invito all’iniziativa. La forma della suddetta e-mail è esemplificata nella tabella 4.6:

Tabella 4.6: Tipologia mail di invito all’iniziativa Cuore Innovativo Alte-Valli



Il contenuto della lettera all'iniziativa è riportato nella pagina indicata in figura 4.7:

Tabella 4.7: Contenuto della lettera di invito all'iniziativa Cuore Innovativo



Alla Vostra Cortese Attenzione,

CNA Torino chiede la vostra collaborazione per l'indagine sul livello di innovazione attuale e potenziale delle imprese del territorio. A tal proposito, vi chiediamo di rispondere al questionario presente al seguente link.

[Compila subito il nostro questionario!](#)

L'indagine rientra nelle attività previste dal progetto europeo "CUORE INNOVATIVO", inserito all'interno del PITER "Alte Valli – Cuore delle Alpi", che incoraggia lo sviluppo dell'innovazione e mira ad indagare le condizioni necessarie affinché l'area delle Alte Valli diventi una "destinazione intelligente", in grado di combinare gli aspetti della sostenibilità, del turismo esperienziale e dell'uso adeguato delle risorse naturali con le nuove tecnologie, inclusi gli aspetti dell'accessibilità fisica.

Il Vostro contributo è fondamentale per la buona riuscita del progetto!

Distinti saluti,
CNA Torino

CNA Torino
via F. Millio, 26 - 10141 – Torino
Tel. 011 1967 2111 Fax: 011 1967 2194

Seguici sui Social:   

[Informativa privacy](#)

Il target iniziale è stato posto solo a 125 imprese in riferimento alla bassa reattività di risposta delle imprese, bassa reattività legata al periodo storico di contingenza pandemica in cui si trovano soprattutto le imprese coinvolte nel settore turistico, e legata anche al periodo pre e post natalizio in cui è stata svolta la stessa indagine. La bassa iniziativa di risposta alle e-mail ha portato a raccogliere i dati mediante interviste telefoniche. Partendo dal file ottenuto da infocamere con la lista completa delle imprese da intervistare con i loro relativi recapiti telefonici, sono stati fatti tre tentativi di telefonata per ognuna. Le interviste sono state suddivise tra i tesisti coinvolti in collaborazione con la dottoranda e co-relatrice Valentina Biconne. Durante il mio lavoro di interviste, ho usato una codifica a colori per valutare lo stato del lavoro:

- Riga rossa: l'impresa ha declinato la proposta di partecipazione al progetto *CUORE INNOVATIVO Alte Valli*, oppure sono stati fatti tre tentativi di chiamata senza risposta oltre i quali l'impresa viene esclusa dall'indagine;
- Riga arancione: con l'impresa è stata fissata una data per svolgere l'intervista;
- Riga gialla: l'impresa vuole partecipare all'indagine autonomamente e ha richiesto l'invio dell'e-mail iniziale con il link di accesso al questionario;
- Riga verde: ha svolto correttamente il questionario.

Tale modalità di lavoro è visualizzata nella tabella 4.8:

Tabella 4.8: Modello della codifica cromatica di visualizzazione stato delle interviste

CAMPEGGIO "LA ROCCIA" DI MICHELIN SALOMON ORNELLA MCHRL69D42 BRUNA	CAMPEGGIO "LA ROCCIA" DI MICHELIN SALOMON ORNELLA BRUNA	553	SERVIZI DI ALLOGGIO	TO	026	BOBBIO PELLICE	VIA	FORTE DELLA SALUTE	32	10060	No	Biconne	0121.091640 oppure 338.5876246 oppure 338.1715035
CAMPING CAIRO DI HAXHIJA TEUTA HXHTTE67H657 HAXHIJA TEUTA	CAMPING CAIRO DI HAXHIJA TEUTA	553	SERVIZI DI ALLOGGIO	TO	275	TORRE PELLICE	VLE	DANTE	19	10066	No	Biconne	0121 932060
CAMPING TORINO S.R.L. 11950860012 TORINO S.R.L.	CAMPING TORINO S.R.L.	553	SERVIZI DI ALLOGGIO	TO	062	CASELLETTE	VIA	MOLINO	29	10040	No	Biconne	348 099 9363

Partendo da sinistra, appaiono i nomi delle imprese identificate dai colori con i definiti significati, e andando verso destra informazioni circa la tipologia di attività, la città e

il comune della sede operativa, l'indirizzo, il codice postale e infine i numeri telefonici. Il successo delle indagini telefoniche ha portato a due nuovi target di dati da raccogliere: inizialmente 150, e successivamente 200. Alla fine dell'indagine i dati totali raccolti sono stati 201. La maggiore numerosità del campione permette un'analisi dei dati più accurata. Si propone al prossimo paragrafo la descrizione del suddetto questionario, con focus massimo sui temi della sostenibilità. Dopo che l'impresa ha completato il questionario, le risposte sono state raccolte in un file Excel nel quale sulle righe sono associate le imprese che hanno partecipato all'iniziativa, e sulle colonne tutte le domande proposte dallo stesso questionario.

Tabella 4.9: Riferimento operativo raccolta dati questionario CUORE INNOVATIVO, sezione anagrafica

Informazioni cronologic	Denominazione Impresa	Comune (sede operativa c	Anno di awio	Numero dei dip.	In base all'ultimo bilancio a	Tipologia di attività svolta	Mercati di riferimento (Cor
11/18/2021 17:03:33	Ditta Gotti Massimo Servizio Taxi	Torre Pellice	1992	2	Fino a 100.000 euro	Servizi di trasporto passeg	Locale, Regionale, Nazior
11/18/2021 17:36:31	pasticceria ponte san martino s.n.c.	pinerolo	2006	2	Fino a 500.000 euro	Gelaterie, pasticcerie	Locale
11/19/2021 13:41:57	UOP sas	Almese (To)	1999	8	Tra 1.000.000 e 2.000.000	Artigiano Alimentare	Nazionale, Estero UE, Es
11/20/2021 18:10:07	BERNARD ENRICO & C. S.N.C.	Tonnareto	1902	3	Fino a 100.000 euro	produzione liquori	Regionale
11/22/2021 10:41:49	Orsa srl -Villaggio turistico	Oulx frazione Beulard	2012	3	Fino a 500.000 euro	Intrattenimento	Nazionale, Estero UE

4.4 Struttura del questionario

Obiettivo del paragrafo è quella di indicare le caratteristiche salienti del questionario in funzione dei temi della sostenibilità. Inoltre, tale trattazione non riguarderà l'*innovazione*, ulteriore target di ricerca del progetto *CUORE INNOVATIVO*.

Tabella 4.10: Presentazione al questionario Imprese Cuore Innovativo



Interreg ALCOTRA
Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale

UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

AlteValli
Hautes Vallées
Cuore delle Alpi • Coeur des Alpes
Innovativo • Innovant

Questionario Imprese Cuore Innovativo

Le diamo il benvenuto a questa ricerca e la ringraziamo per la sua cortese attenzione e disponibilità.

L'indagine vuole catturare il livello di innovazione delle imprese del territorio della Valle di Susa, della Val Sangone e del Pinerolese. Inoltre, vogliamo identificare dei fabbisogni delle imprese in base al tema della connettività, cooperazione, sostenibilità ambientale e responsabilità sociale.

Il seguente questionario rientra tra le attività di "CUORE INNOVATIVO", progetto europeo inserito all'interno del PITER "Alte Valli – Cuore delle Alpi", che incoraggia lo sviluppo dell'innovazione attraverso la messa in rete delle imprese del territorio transfrontaliero. Il progetto intende creare le condizioni affinché il territorio delle Alte Valli offra opportunità di innovazione al settore trainante del turismo, intendendolo nel senso più vasto del termine e, quindi, includendo al suo interno la ricettività, l'accoglienza ma anche l'artigianato e i servizi.

Evidenziando in apertura le finalità del progetto e i partner ufficiali che hanno contribuito alla sua realizzazione (già indicati nel paragrafo 1 del corrente capitolo), il questionario ha inizio con domande anagrafiche circa l'impresa che intende accettare l'iniziativa. Le domande che vengono svolte in questa fase introduttiva raccolgono dati d'ingresso quali:

- Denominazione dell'impresa;
- Comune della sede operativa;
- Anno di avvio dell'attività;
- Numero di dipendenti dell'impresa;
- Range del fatturato in funzione degli ultimi dati di bilancio approvati;
- Tipologia di attività svolta;
- Mercati di riferimento.

Altra considerazione prima di vedere più in dettaglio le domande proposte sui temi della sostenibilità riguarda la tipologia delle stesse: sono presenti, infatti, domande la cui risposta è obbligatoria e sono contrassegnate da un asterisco, altre invece sono volontarie e non è strettamente necessaria una risposta. Valutato questo aspetto è interessante notare la composizione del questionario. Escludendo la parte anagrafica introduttiva, il questionario è composto da nove sezioni:

1. *Comunicazione*
2. *Connettività*
3. *Vendita/prenotazione servizi online*
4. *Cooperazione*
5. *Innovazione*
6. *Ostacolo all'innovazione*
7. *Investimenti*
8. *Sostenibilità ambientale*
9. *Responsabilità Sociale*

Si nota allora che il questionario declina gli aspetti della sostenibilità nelle sezioni di *sostenibilità ambientale* e *responsabilità sociale* indicati nei punti 8 e 9. Si propone di seguito la tabella 4.11 che categorizza le sezioni appena esposte in tre famiglie più ampie.

Tabella 4.11: *Categorie sezioni questionario Cuore Innovativo*

Comportamenti di mercato	Capacità di innovazione	Sostenibilità
1. <i>Comunicazione</i>	2. <i>Connettività</i>	8. <i>Sostenibilità ambientale</i>
4. <i>Cooperazione</i>	3. <i>Vendita/prenotazione servizi online</i>	9. <i>Responsabilità Sociale</i>
7. <i>Investimenti</i>	5. <i>Innovazione</i>	
	6. <i>Ostacolo all'innovazione</i>	

Verranno adesso esposte e commentate le domande presenti nella categoria di interesse.

Sezione *sostenibilità ambientale*

1.

Negli ultimi 3 anni la sua impresa ha attivato forme di riduzione dei rifiuti a monte o di riuso degli scarti? *	Sì
	No



Se sì, quali?
Raccolta differenziata rifiuti
Riduzione degli imballaggi di plastica
Uso di detersivi e prodotti ecologici, naturali, biodegradabili
Riduzione/eliminazione delle monodosi
Compostaggio
Prodotti alla spina
Altro:

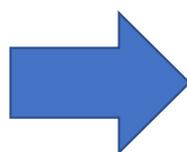
La sezione inizia chiedendo all'impresa se sono state fatte politiche di riduzione dei rifiuti sia a monte che a valle della propria attività. Questa distinzione evidenzia che l'attenzione allo smaltimento dei rifiuti e degli scarti, deve essere svolta sia per ciò che l'azienda produce ma anche per ciò che chiede da fonti terze, pratica fondante della green supply chain. Un'impresa non può definirsi sostenibile se le imprese con cui lavora non lo sono anch'esse. Alla domanda ne segue un'altra di approfondimento (volontaria poiché senza asterisco), nel quale si chiede in quali forme si esplicano tali politiche di riduzione dei rifiuti, che, come possiamo osservare, si possono realizzare nella raccolta differenziata, nella riduzione degli imballaggi di plastica, nel proporre bevande alla spina e così via.

2.

Seguono tre domande che si concentrano sui temi, trattati nel capitolo 1, della transizione energetica: si chiede se sono state intraprese politiche per la produzione di energia da fonti rinnovabili e politiche tese al risparmio energetico.

Negli ultimi 3 anni la sua impresa ha attivato forme di produzione dell'energia tramite fonti rinnovabili? *	Sì
	No

Negli ultimi 3 anni la sua impresa ha attivato innovazioni di processo/prodotto tese al risparmio energetico? *	Sì
	No



Se sì, quali?
Lampadine a basso consumo
interruttori dotati di timer o fotocellula
interventi di riduzione della dispersione termica dell'edificio
sistemi di limitazione della temperatura dell'acqua
elettrodomestici ad alta efficienza energetica
Approvvigionamento energetico tramite fonti rinnovabili
Altro:

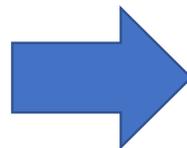
3.

Altra misura per valutare l'impatto ambientale di un'impresa è quella relativa al consumo idrico, da cui la domanda:

Negli ultimi 3 anni la sua impresa ha attivato innovazioni di processo/prodotto tese al risparmio idrico(es. installazione di limitatori di consumo per docce e rubinetti, ecc.)? *	Sì
	No

4.

Negli ultimi 3 anni la sua impresa ha sposato la filosofia KM 0, introducendo nell'offerta di servizi prodotti/risorse presenti nella sua valle e/o in quelle limitrofe? *	Sì
	No



Se sì, quali?
scelta di prodotti locali
organizzazione di acquisti in comune
partecipazione a GAS
Altro:

Centrale per il perseguimento di sostenibilità ambientale, e inerente anche i concetti di *corporate social responsibility*, la filosofia del kilometro 0 proposta e approfondita dalla seguente domanda, risponde a due esigenze diverse. Essa infatti, mira a far entrare nell'attività operativa dell'impresa prodotti locali, il cui trasporto più breve incide sull'ambiente con emissioni minori rispetto a prodotti che derivando da paesi più distanti, implicando impatti ambientali più gravosi. La filosofia KM 0 ha inoltre l'attenzione di promuovere e sostenere l'economia locale, avendo così ripercussioni positive sulla società dove la piccola/medio impresa si stanza.

5.

Nell'ultima domanda della sezione *sostenibilità ambientale* si chiede all'impresa intervistata se ha svolto volontariamente attività di cura e manutenzione del patrimonio ambientale e paesaggistico del territorio, in cui essa è locata. In riferimento a imprese coinvolte nella filiera turistica, questa pratica risulta strettamente funzionale alla stessa attività che offre così al visitatore un'esperienza quanto più unica e piacevole. Non è infatti interesse dell'impresa turistica (in senso stretto) danneggiare le risorse naturali con le quali si rende il proprio territorio attraente a visitatori esterni.

Negli ultimi 3 anni la sua impresa si è impegnata in attività volontarie di cura, manutenzione, pulizia e/o conservazione del patrimonio ambientale e paesaggistico del territorio? *	Sì
	No

Sezione *responsabilità sociale*

1.

La sua impresa è impegnata in attività di volontariato, sussidiarietà e/o in sostegno al welfare del proprio territorio?	Sì
	No

Simile all'ultima domanda osservata nella sezione dedicata alla sostenibilità ambientale, questa domanda è di più ampio respiro. Le attività di volontariato, sussidiarietà e/o sostegno a welfare del proprio territorio, comprendono attività sia di attenzione verso l'ambiente che sulla società e comunità ove si colloca l'impresa intervistata.

2.

L'attenzione verso la comunità locale è messa sotto investigazione dalle seguenti domande. In esse si riflette una visione di corporate social responsibility rivolta a tematiche sociali, culturali ed artistiche. Tra le possibili iniziative si citano a titolo esemplificativo tornei sportivi, mostre d'arte, concerti e parate.

L'azienda collabora e comunica con altre aziende o organizzazioni locali su una o più tematiche culturali e sociali? *	Sì
	No

Negli ultimi 3 anni, la sua impresa sostiene direttamente, con contributo economico o supporto organizzativo, eventi artistici e iniziative di promozione culturale promosse dalla comunità locale? *	Sì
	No

3.

Da parte delle imprese, lo zelo a favore della società locale si esplica anche rendendo accessibili i propri prodotti e servizi a soggetti fragili. Ancora di più una forma proattiva di impegno verso la comunità, si ha favorendo l'inserimento lavorativo all'interno della propria impresa di persone con disabilità. Da questi due considerazioni si costruiscono le seguenti due domande:

La sua impresa ha reso la propria offerta di servizi fruibile anche da target che presentano condizioni peculiari di accesso (persone con disabilità, anziani, etc...)? *	Sì
	No

Negli ultimi 3 anni la sua impresa ha reso possibile l'inserimento lavorativo a persone con disabilità? *	Sì
	No

4.

La sua impresa realizza attività di formazione delle risorse umane sulle regole e valori aziendali? *	Sì
	No

Infine, da questa domanda si delinea un'ultima forma di corporate social responsibility che mira al desiderio e alla convenienza per l'impresa di formare personale qualificato, che abbia così la possibilità di ottenere avanzamenti di carriera.

Sarà obiettivo del prossimo capitolo mostrare e commentare i risultati delle seguenti domande derivanti dal campione ottenuto di 201 imprese.

Capitolo 5 – Analisi dei dati

Obiettivo di questo quinto capitolo è quello di analizzare qualitativamente i risultati ottenuti dalle domande sulla sostenibilità viste nel quarto capitolo. Per una trattazione più chiara dei dati, l'analisi sarà divisa in riferimento alle due sezioni dedicate: *sostenibilità ambientale* e *responsabilità sociale*. Per ogni elemento delle sezioni, verrà riproposta la domanda, gli esiti ad esso associati e di seguito una valutazione più dettagliata del risultato.

Prima di iniziare, è mio dovere ringraziare le imprese che hanno partecipato all'iniziativa *CUORE INNOVATIVO* e che hanno dedicato a questo progetto tempo e attenzione per lo svolgimento del questionario. Duecentouno grazie, per la disponibilità di queste realtà imprenditoriali senza le quali questo lavoro non avrebbe avuto ragion d'essere.

In apertura del capitolo verrà svolta ulteriormente una panoramica sulle imprese coinvolte nell'indagine, in riferimento ai loro dati di fatturato, di categoria di appartenenza, e di numero di dipendenti.

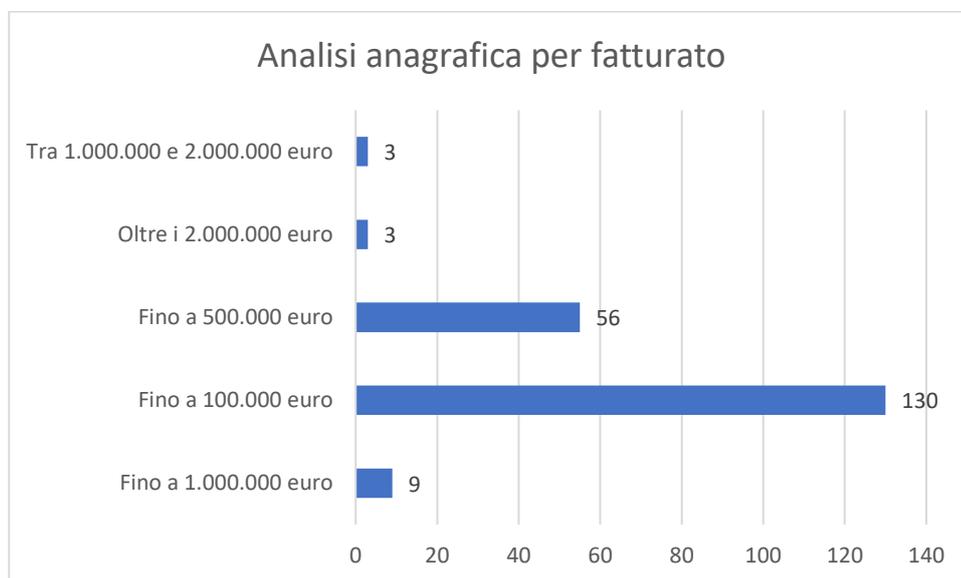
5.1 Anagrafica delle imprese intervistate

Definire l'anagrafica delle imprese risulta essere il primo step analitico per inquadrare le caratteristiche delle imprese coinvolte nel progetto di riferimento. Gli elementi con cui viene svolta questa prima analisi sono:

- Il fatturato
- Il numero di dipendenti
- La categoria di appartenenza.

Per il fatturato possiamo individuare il seguente status, evidenziato in tabella 5.1:

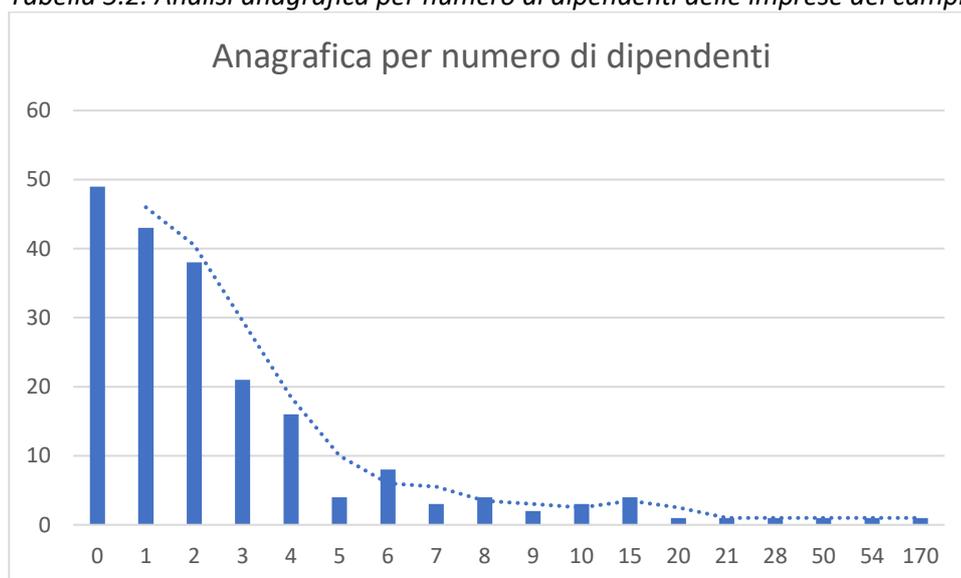
Tabella 5.1: Analisi anagrafica per fatturato delle imprese del campione di studio



Dal grafico si osserva che più della metà delle imprese intervistate hanno un fatturato non superiore ai cento mila euro, elemento che insieme al numero di dipendenti influisce sulla definizione della dimensione dell'impresa.

Per il numero di dipendenti osserviamo lo status definito in tabella 5.2:

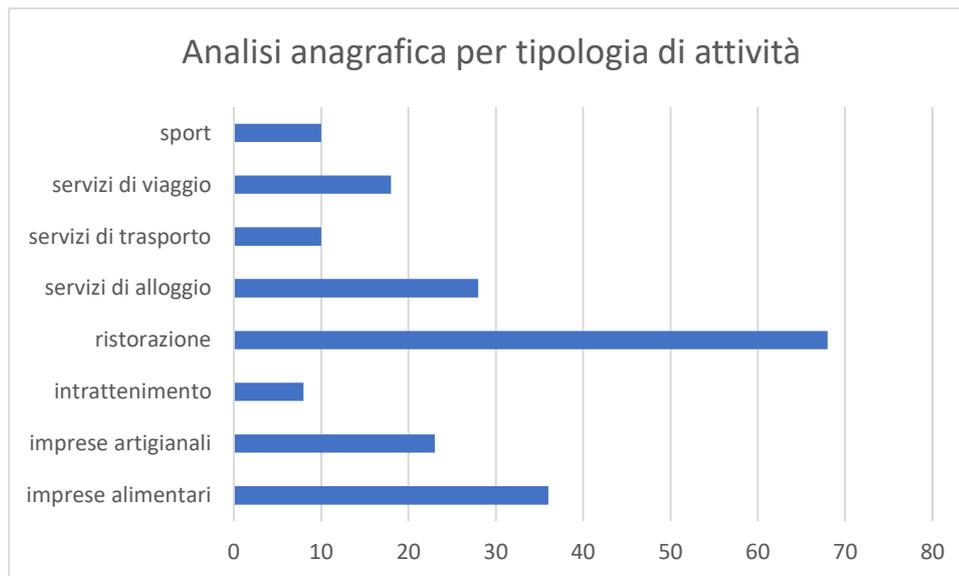
Tabella 5.2: Analisi anagrafica per numero di dipendenti delle imprese del campione di studio



È microimpresa la società che presenta meno di 10 dipendenti oppure un fatturato inferiore ai 2 milioni di euro. Dai risultati ottenuti dagli ultimi due chart allora è possibile dichiarare che sulle 201 interviste, ben 198 risultano essere microimprese,

dato rilevante ai fini dell'indagine. Tale classificazione è stata adottata dall'Unione Europea in modo da rendere più semplice agli imprenditori la categoria di appartenenza della propria attività per fini fiscali, per partecipazioni a bandi pubblici, per richiedere prestiti o agevolazioni economiche. Infine, per categoria il campione presenta la struttura indicata in tabella 5.3

Tabella 5.3: Analisi anagrafica per tipologia di attività delle imprese del campione di studio



Successivamente all'analisi qualitativa dei dati riferita all'intero campione e proposta nei successivi paragrafi, verranno svolte le stesse indagini sulle categorie *ristorazione* e *servizi di alloggio* che risultano centrali nel panorama turistico

5.2 Analisi Sostenibilità ambientale

1.

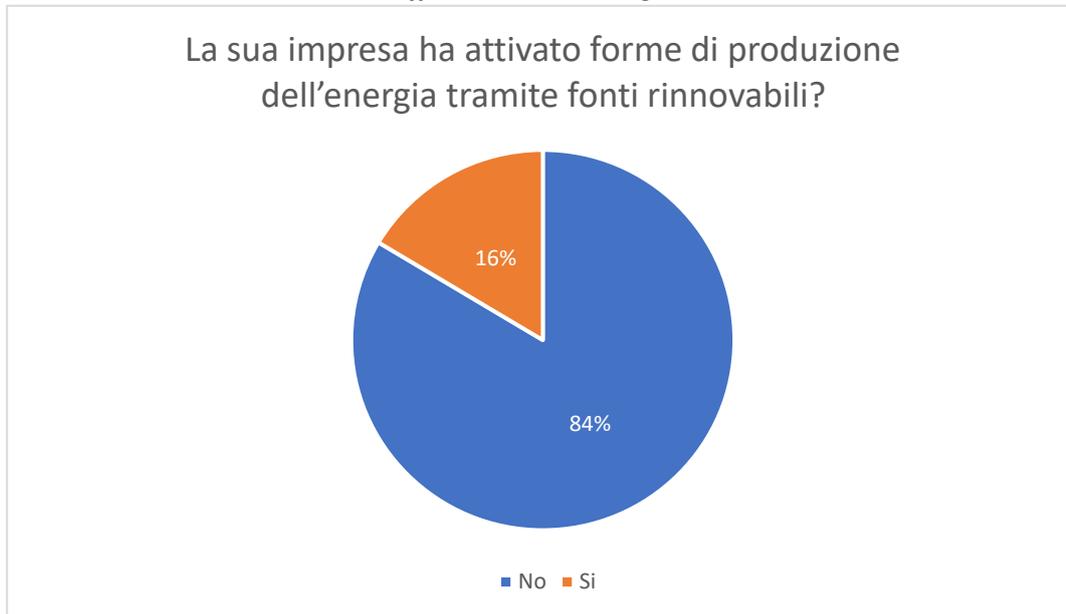
Tabella 5.4: Risultati “riduzione rifiuti a monte e a valle” in Sostenibilità Ambientale



Il risultato mostra chiaramente una direzione di comportamento attenta e cosciente all’impatto che hanno i rifiuti e gli scarti sull’ambiente. Si auspica che questo comportamento possa diventare ancora più preponderante in un futuro prossimo. In riferimento a questa domanda sono molte le imprese, per lo più artigianali, che riescono a smaltire i propri scarti dandogli seconda vita e giungendo così al concetto di economia circolare. A titolo esemplificativo, nell’analisi suddetta, più imprese artigianali del legno hanno dichiarato di riusare gli scarti delle loro lavorazioni per creare pellet, funzionali di specifiche caldaie, da rivendere successivamente al mercato locale.

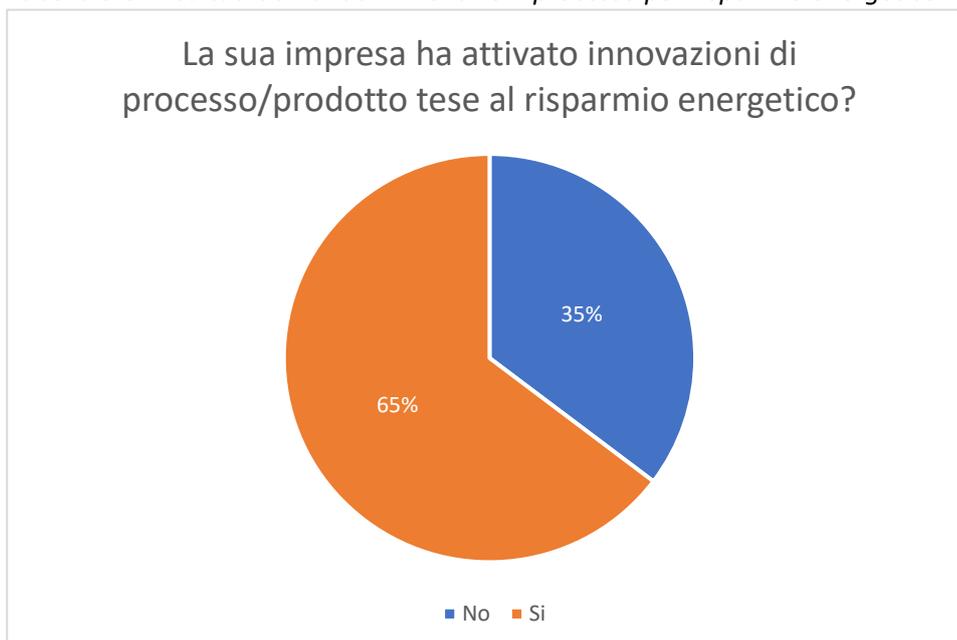
2.

Tabella 5.5: Risultati domanda "differenziazione energetica" in Sostenibilità Ambientale



È opportuna una valutazione più dettagliata per questa domanda. I risultati di quest'ultima, infatti, non sono in contraddizione con l'attenzione e coscienza delle imprese turistiche verso l'ambiente definite nel punto precedente. Tale risultato si può spiegare evidenziando che gli strumenti funzionali alla transizione energetica capaci di generare energia da fonti rinnovabili hanno dei costi molto esosi, e nella maggioranza dei casi, non sono accessibili a piccole/medie realtà imprenditoriali della filiera turistica.

Tabella 5.6: Risultati domanda "innovazioni processo per risparmio energetico" in Sostenibilità Ambientale



Tale attenzione viene ribadita dai risultati di questa domanda. Gli esiti leggermente meno favorevoli rispetto a quelli osservati al punto 1 (Negli ultimi 3 anni la sua impresa ha attivato forme di riduzione dei rifiuti a monte o di riuso degli scarti?), si possono ricercare dalla maggiore difficoltà di introduzione di tali politiche di risparmio energetico, se paragonati alla pratica ormai sempre più di uso comune di riduzione dei rifiuti e degli scarti.

3.

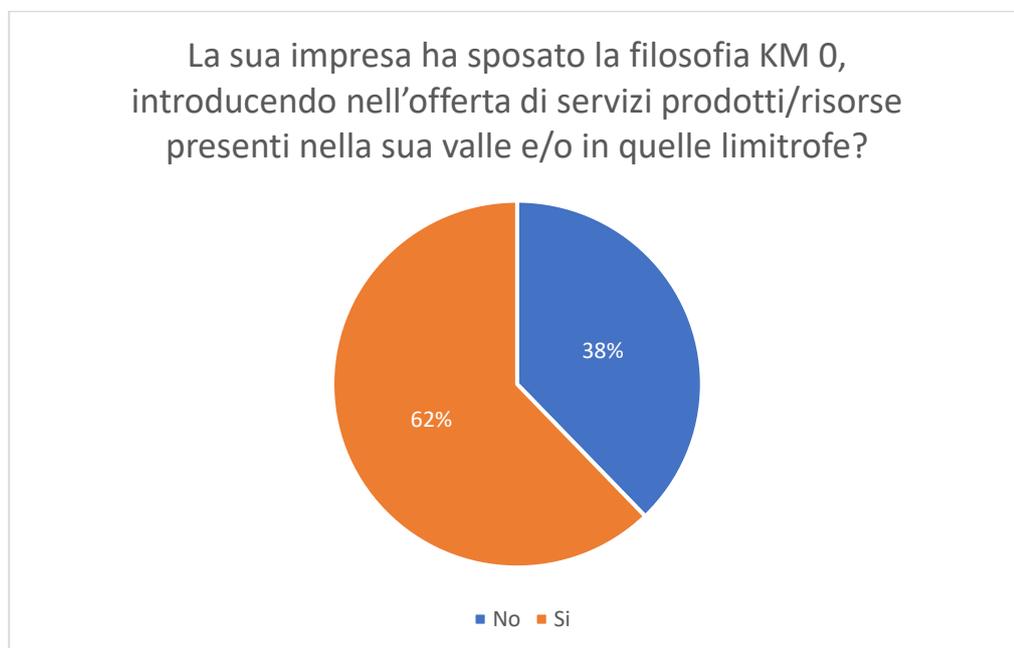
Tabella 5.7: Risultati domanda "innovazioni processo per risparmio idrico" in Sostenibilità Ambientale



Rilevante è il risultato di questa domanda: mostra senza ombra di dubbio che le imprese della filiera turistica allargata, non individuano preziose le risorse idriche del territorio, non adottando in questo modo attività o strumenti per il loro risparmio.

4.

Tabella 5.8: Risultati domanda "filosofia Km 0" in Sostenibilità Ambientale



Si osserva che la filosofia KM 0 è adottata dalla maggior parte delle imprese della filiera turistica allargata. Non si individua però una maggioranza stretta del sì sul no, probabilmente per la poca convenienza economica dei prodotti locali rispetto a quelli esteri, il cui costo minore è da ricercare alle economie di scala che influenzano il valore del prodotto finale non in loco.

5.

Tabella 5.9: Risultati domanda "cura patrimonio paesaggistico" in Sostenibilità Ambientale



L'ultimo risultato della seguente sezione *sostenibilità ambientale* mostra un basso interesse dell'impresa turistica verso attività di cura del patrimonio ambientale e paesaggistico. La valutazione di questo risultato deve essere svolta anche alla luce dei lunghi periodi di chiusura fra il 2020 e il 2021, che hanno imposto alle imprese turistiche di focalizzarsi alla propria sopravvivenza sul mercato che non alla cura delle risorse naturali circostanti.

5.3 Analisi responsabilità sociale

1.

Tabella 5.10: Risultati domanda "welfare del territorio" in Responsabilità Sociale



Molto simile punto 5 della sezione *sostenibilità ambientale*, l'istogramma appena sopra evidenzia la scarsa propensione dell'attività turistica verso attività di volontariato e sussidiarietà nel territorio di interesse. Bisogna anche in questo caso tener conto della sospensione lavorativa negli ultimi anni causa pandemia della filiera turistica.

2.

Tabella 5.11: Risultati domanda "comunicazione con terzi per temi socio-culturali" in Responsabilità Sociale



Tabella 5.12: Risultati domanda "supporto organizzativo eventi socioculturali" in Responsabilità Sociale

Anche in questo caso i risultati dei due grafici mostrano poca iniziativa imprenditoriale a favore di eventi culturali e sociali. Non è comunque trascurabile la percentuale di imprese che invece mostra un comportamento più attento a tali tematiche.

3.

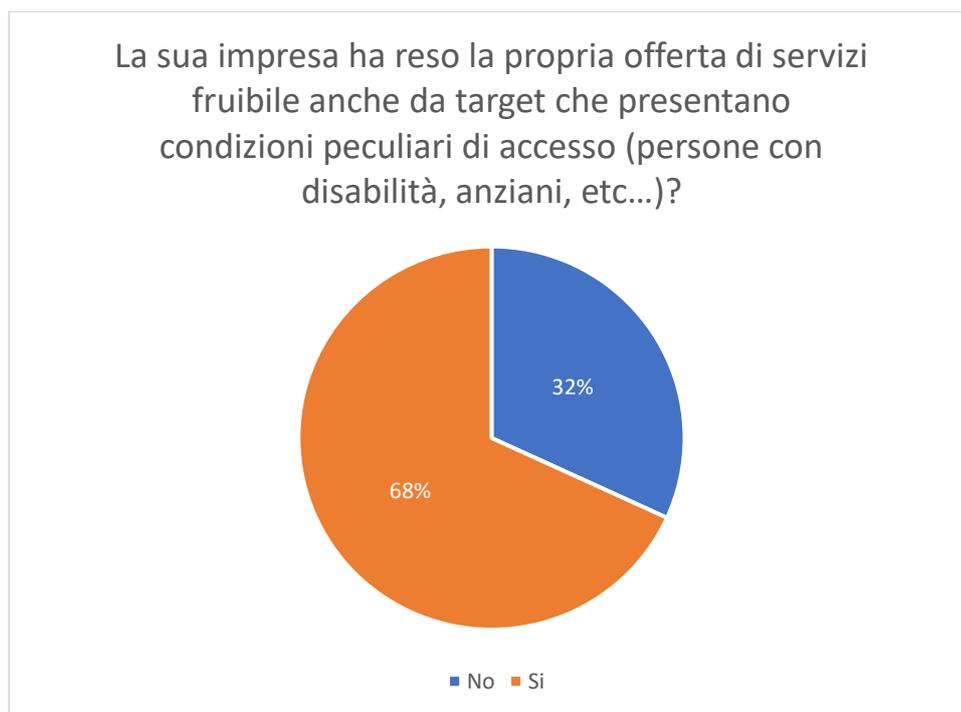
Altre forme di corporate social responsibility possono essere valutate dai risultati delle domande:

Tabella 5.13: Risultati domanda "inserimento lavorativo persone con handicap" in Responsabilità Sociale



Schiacciante è la visione che ci dà il campione di studio: in questo caso, infatti, sono solo una ristrettissima minoranza le imprese che permettono l'accesso nella loro attività lavorativa a persone con handicap.

Tabella 5.14: Risultati domanda "accessibilità impresa" in Responsabilità Sociale



Da questo istogramma invece si legge che è la maggior parte delle imprese che si rivolge ad un mercato che include anche soggetti fragili e con difficoltà di accesso. La controtendenza di questa attitudine rispetto al permettere l'accesso lavorativo a persone con disabilità nella propria attività lavorativa ha due principali motivi, che esulano dalla contingenza pandemica del periodo attuale:

- Amplia il mercato a cui si rivolge la stessa impresa;
- Consente di avere benefici imprenditoriali e d'immagine più veloci nel breve termine.

4.

Tabella 5.15: Risultati domanda "formazione su regole e valori aziendali" in Responsabilità Sociale

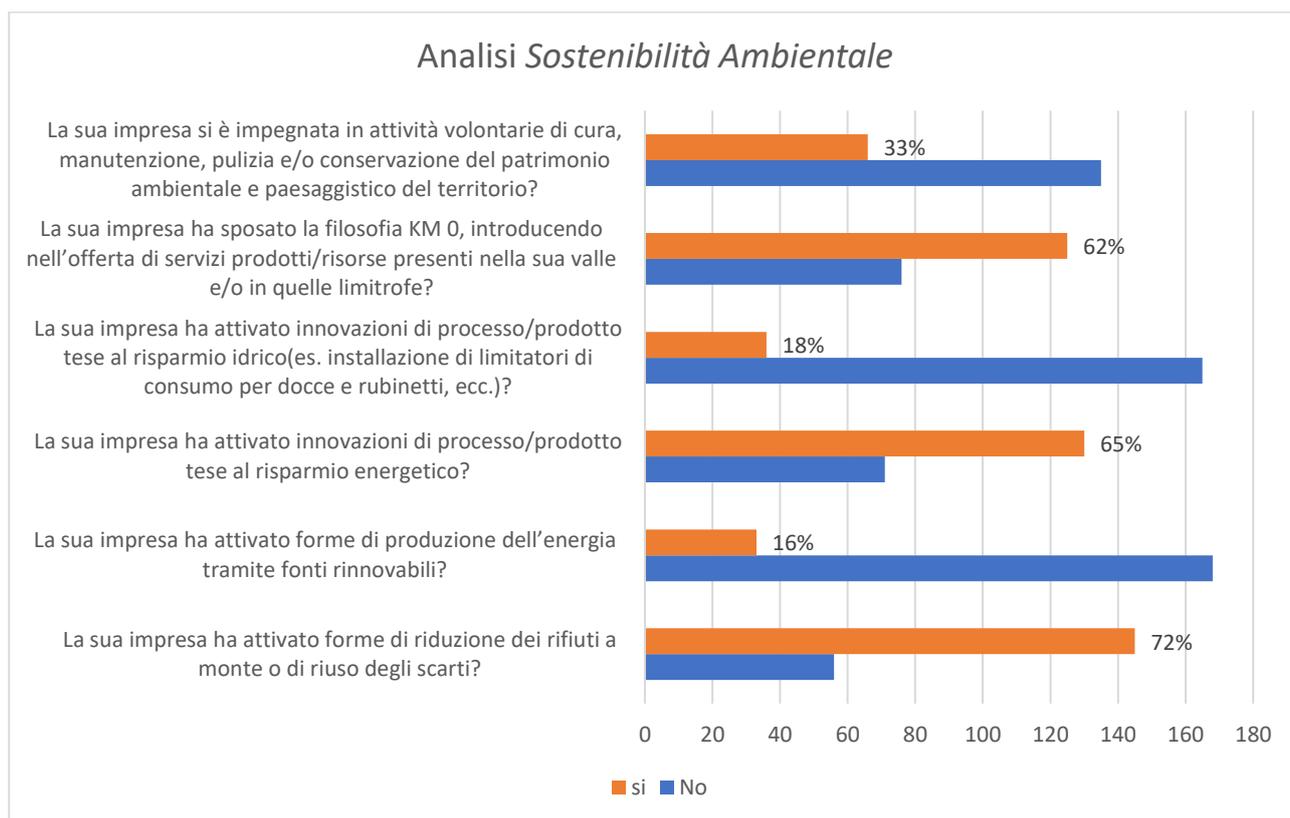


Sul campione di studio si nota una distanza minima tra imprese che svolgono formazione verso il proprio personale rispetto a quelle non lo fanno. Questo fenomeno nelle piccole/medio imprese turistiche si può spiegare dalla tipologia di assunzioni che vengono svolte: ad esempio per i servizi ristorativi o di accoglienza, vi è l'esigenza di avere personale già qualificato che mediante esperienze pregresse, corsi o studi formativi conosca già le dinamiche e le attività lavorative per cui il soggetto si candida. Le attività lavorative coinvolte nel turismo sono spesso stagionali, e l'esigenza nell'aver rapidamente personale operante influisce sulla scelta da parte delle imprese interrogate a non praticare formazione sulle regole e i valori aziendali.

5.4 Panoramica complessiva sull'intero campione

Il paragrafo in oggetto mostra i risultati complessivi sull'intero campione. Seguono allora due tabelle per le sezioni del questionario su cui si focalizza la nostra analisi. Riguardo la sezione della *Sostenibilità Ambientale*, i dati sono mostrati nella tabella 5.16.

Tabella 5.16: Risultati complessivi circa Sostenibilità Ambientale

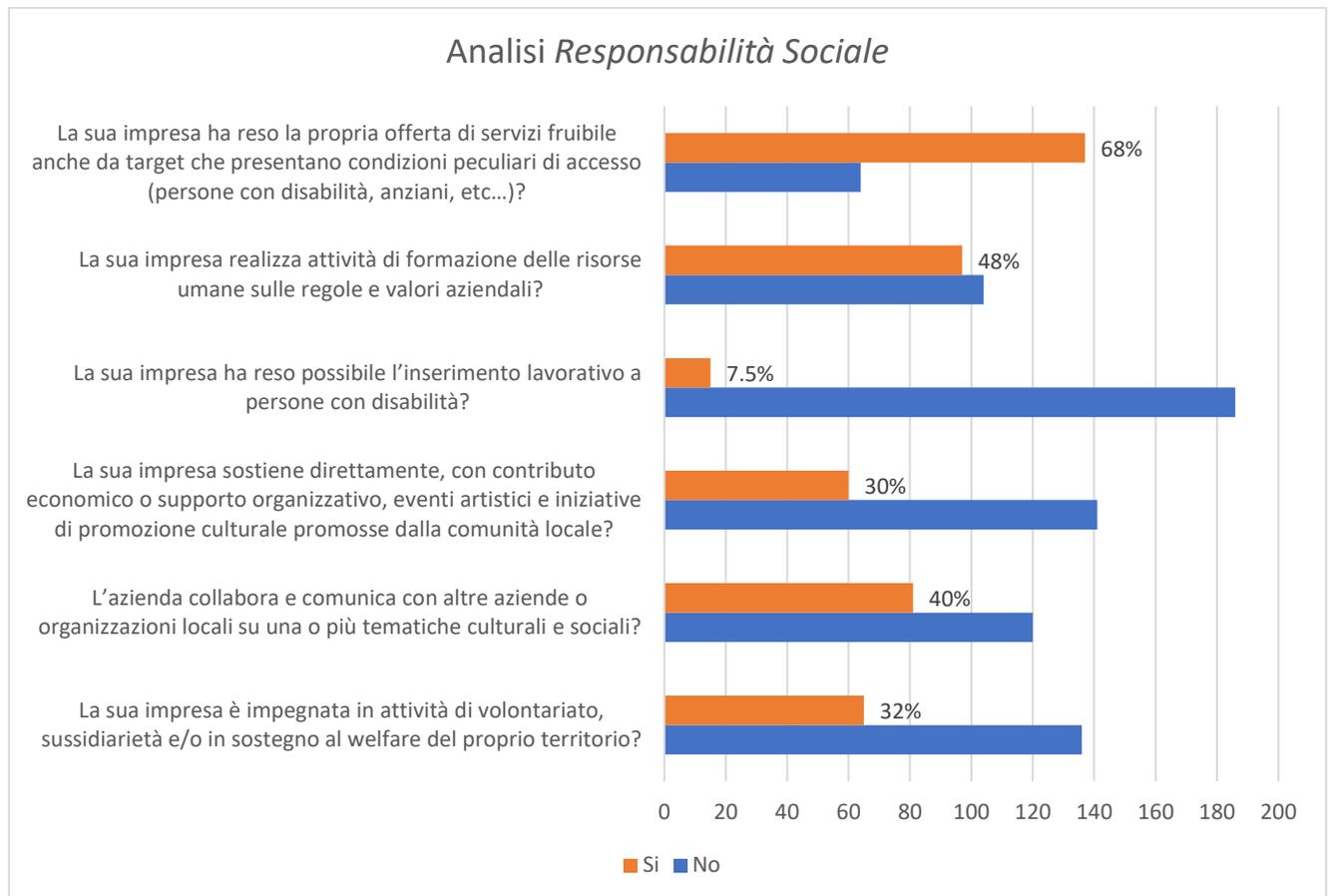


Si possono svolgere le seguenti conclusioni:

- Le imprese della filiera turistica dimostrano una forte attenzione al proprio impatto sull'ambiente;
- La situazione pandemica non ha permesso alle aziende investimenti circa la transizione energetica per lo sfruttamento di energia da fonti rinnovabili;
- Non è radicata l'idea delle risorse idriche come fonti preziose, e le misure di riduzione di consumo dell'acqua non sono per lo più praticate;
- La filosofia KM 0 è condivisa dalla maggioranza del campione per ragioni imprenditoriali e sociali;
- La situazione pandemica conduce le piccole/medio imprese della filiera turistica allargata a una bassa attenzione verso il patrimonio ambientale e paesaggistico del territorio.

Come la tabella 5.16, la tabella 5.17 indica i risultati sull'intero campione per la sezione *Responsabilità Sociale*

Tabella 5.17: Risultati complessivi circa *Responsabilità Sociale*



Circa la *responsabilità sociale* si possono trarre allora alcune conclusioni:

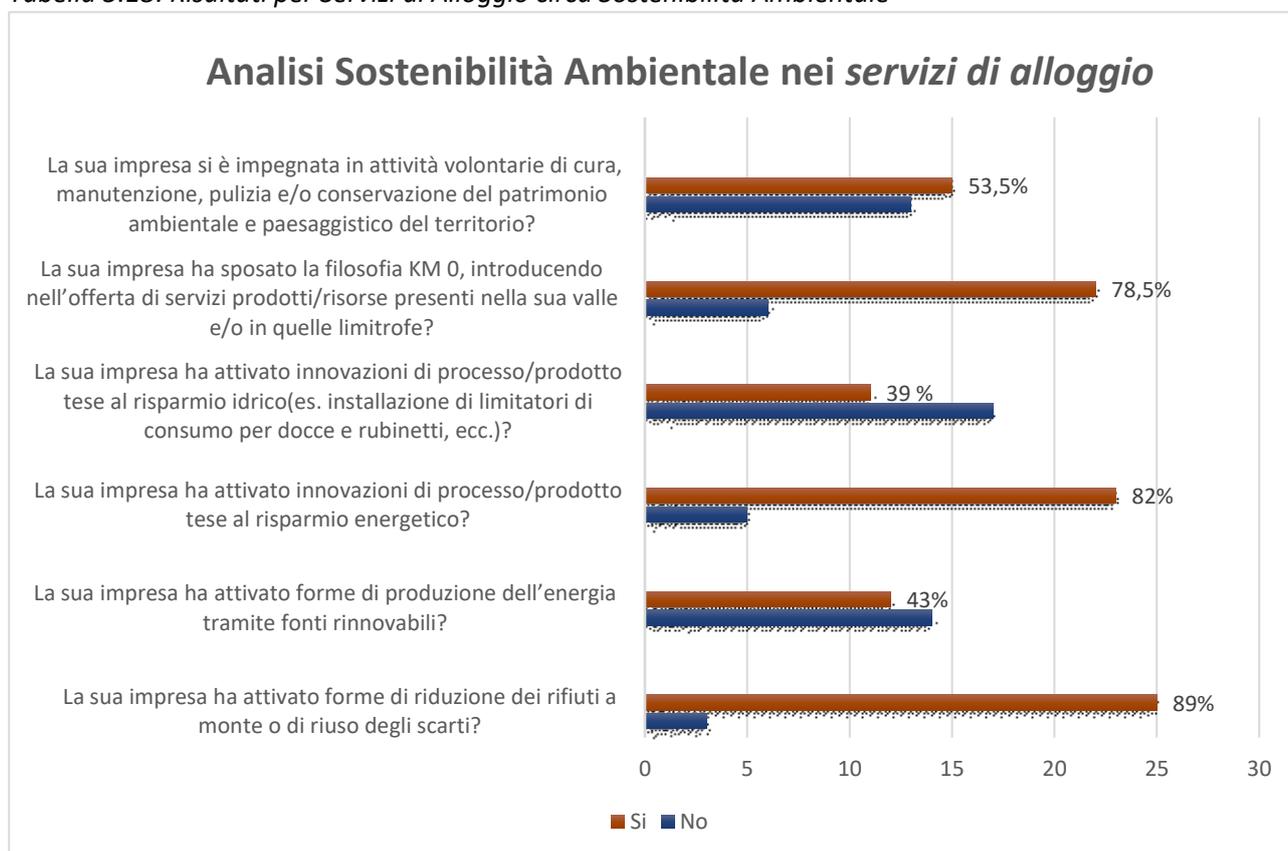
- Mediocre è l'attenzione delle imprese turistiche verso eventi culturali e sociali;
- Nel ramo turistico l'inclusione lavorativa di persone con handicap è fortemente residuale;
- Non è molto condivisa la formazione del personale sui valori e le regole aziendali, che viene praticata solamente da metà del campione di studio;
- Nella maggioranza dei casi le imprese scelgono di includere nell'offerta dei propri servizi anche persone con condizioni peculiari di accesso.

Allora si delineano due comportamenti differenti rispetto i temi della sostenibilità: negli ultimi tre anni le imprese della filiera turistica allargata hanno rivolto molta cura all'impatto che esse hanno sull'ambiente; ma minore attenzione, causa contingenza pandemica, a tematiche culturali e sociali comprendenti anche l'inclusività.

5.5 Analisi categoria *servizi di alloggio*

L'analisi qualitativa svolta sull'intero campione svolta nei paragrafi precedenti, può definitivamente focalizzarsi sulle categorie imprenditoriali che più delle altre partecipano al servizio turistico: la categoria dei *servizi di alloggio*, e della *ristorazione*. In particolare, in questo paragrafo l'oggetto di studio saranno i risultati derivanti dalla categoria dei servizi di alloggio. Anche in questo caso i dati verranno mostrati e valutati rispetto alle sezioni del questionario *sostenibilità ambientale* e *responsabilità sociale*. Per maggior chiarezza dell'analisi, si specifica che il numero delle imprese della categoria di studio è 28, così come osservato dall'anagrafica delle imprese coinvolte nel progetto.

Tabella 5.18: Risultati per Servizi di Alloggio circa Sostenibilità Ambientale

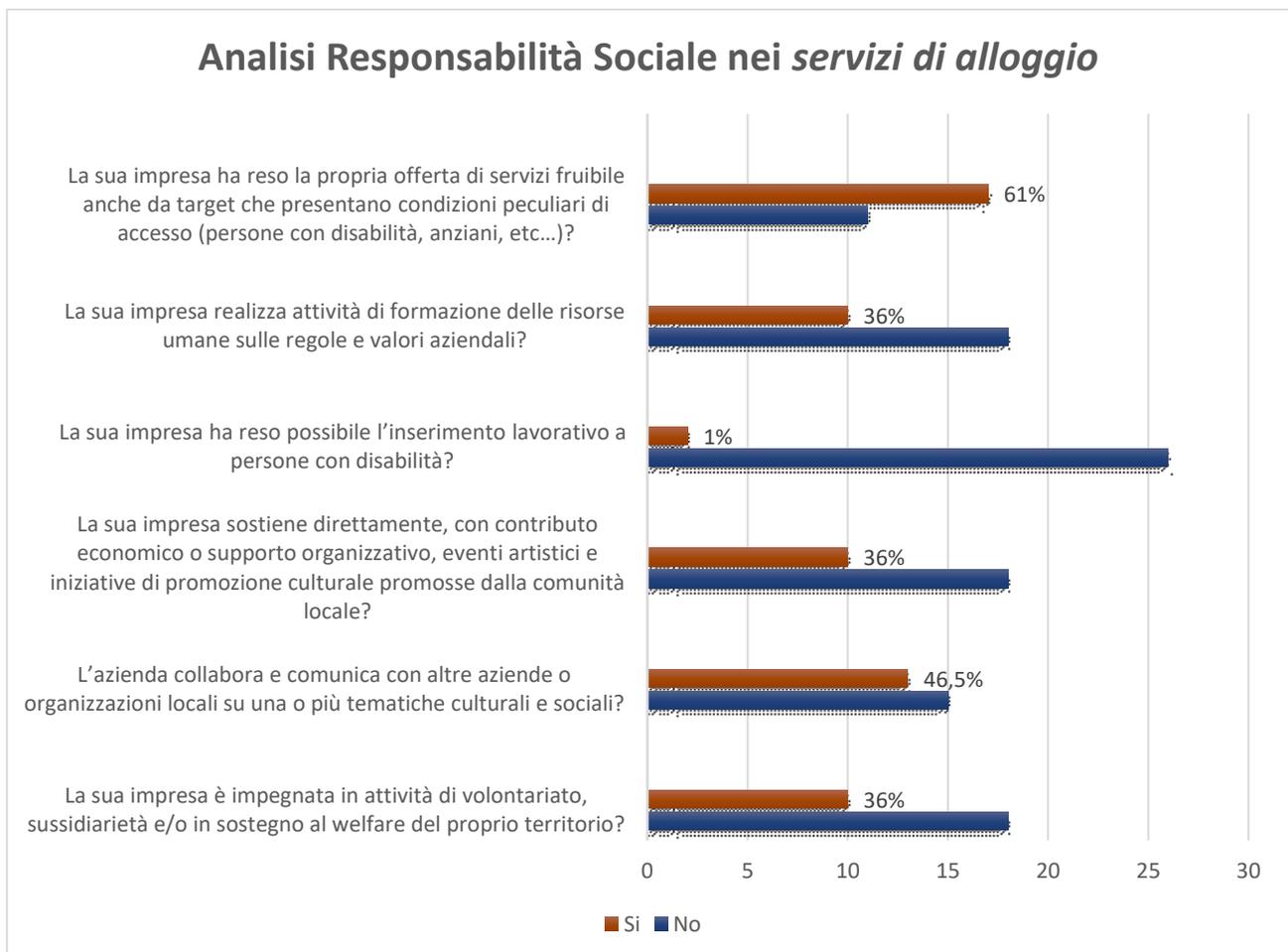


Da cui i seguenti risultati:

- Massima è l'attenzione dei servizi di alloggio sui temi dell'impatto ambientale realizzata con forme di riduzione dei rifiuti;
- Non è molto diffusa tra il campione delle imprese nei *servizi di alloggio* lo sfruttamento di energia derivante da fonti rinnovabili, ipotizzabile come discusso nella panoramica generale dai costi esosi delle tecnologie e dalla criticità finanziaria del settore turistico imposto dalla presente crisi sanitaria;

- In linea con i risultati derivanti dall'analisi dell'intero campione, le imprese coinvolte nei *servizi di alloggio* presentano una forte attenzione verso il risparmio energetico ma non verso attività atte al risparmio idrico;
- È molto frequente l'adozione di prodotti e di servizi locali all'interno della categoria in oggetto. Ben 78 % delle imprese di studio sposa la filosofia KMO;
- In controtendenza al campione totale, la categoria dei *servizi di alloggio* presenta un'accortezza non trascurabile verso le attività volontarie di manutenzione e cura del patrimonio paesaggistico del territorio (53,5%). Questo risultato deriva dalla natura della stessa categoria: infatti essendo centrale i *servizi di alloggio* nella filiera turistica in senso stretto, la cura e l'attenzione verso l'ambiente permettono di rendere più attrattiva la propria località così da richiamare un maggior numero di visitatori, e quindi di clienti.

Tabella 5.19: Risultati per Servizi di Alloggio circa Responsabilità Sociale



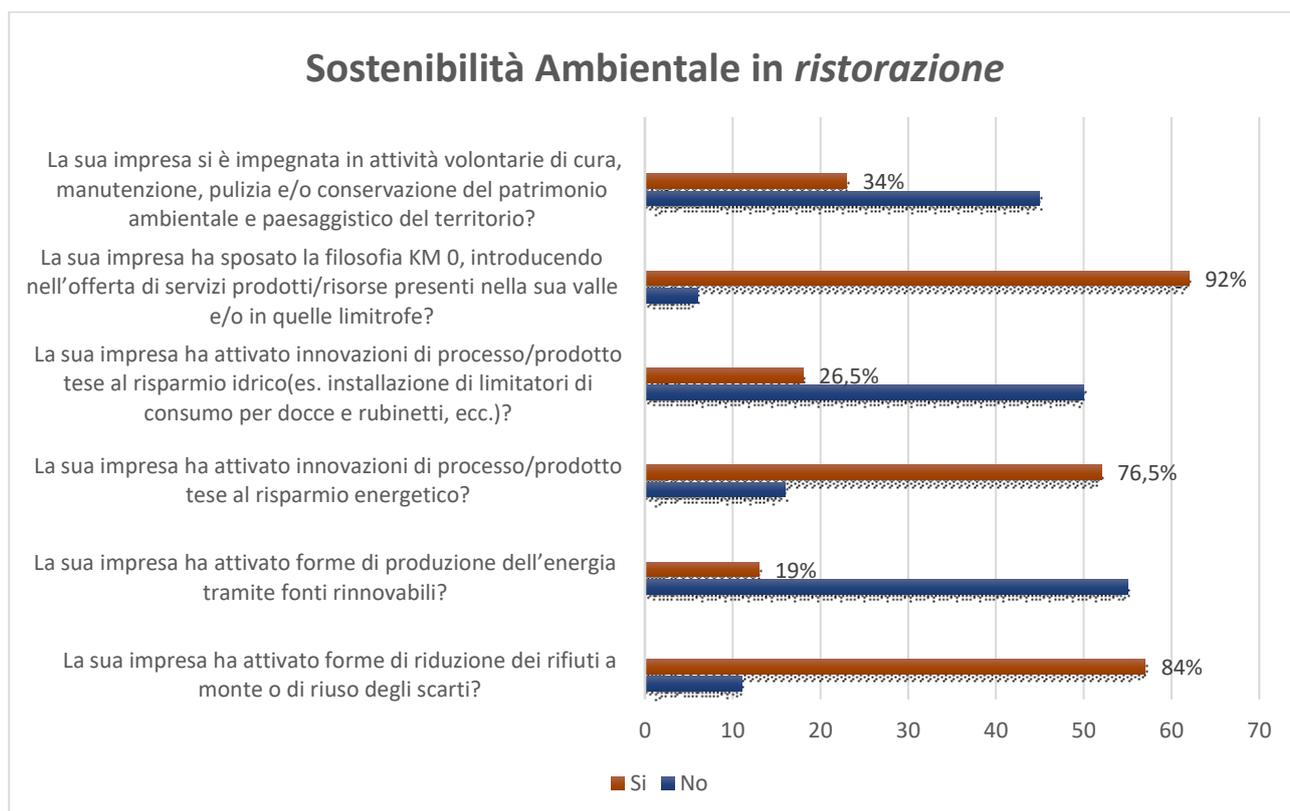
Circa la responsabilità sociale nei *servizi di alloggio*, di maggiore attenzione i seguenti punti:

- Minima è la pratica di inclusione lavorativa di persone affette da disabilità;
- Sono in minoranza le imprese della categoria *servizi di alloggio* a svolgere attività di formazione ai valori e alle regole aziendali, a sostenere eventi artistici e culturali, a collaborare e comunicare con altre imprese su tematiche culturali e sociali. Questo trend, confermato dall'intero campione, è reso ancora più evidente dalla contingenza sanitaria imposta dal Covid19;
- Medio alta (circa il 60%) è l'accessibilità dei *servizi di alloggio* a persone con condizioni peculiari di accesso. Tale dato, ulteriormente in accordo con la tendenza dell'intero settore, è spiegabile dalla possibilità di ampliare il proprio business e di dare agli stakeholders una visione della propria attività più socialmente responsabile, senza investimenti dalla redditività lenta.

5.5 Analisi categoria *ristorazione*

Con lo stesso sistema del paragrafo precedente, focus dell'analisi sarà la categoria *ristorazione*. Essa comprende 68 imprese, e si conferma essere la categoria più numerosa del campione di studio. Di seguito i suoi risultati, ancora distinti dalle sezioni del questionario circa la *sostenibilità ambientale* e la *responsabilità sociale*.

Tabella 5.19: Risultati per Ristorazione circa Sostenibilità Ambientale

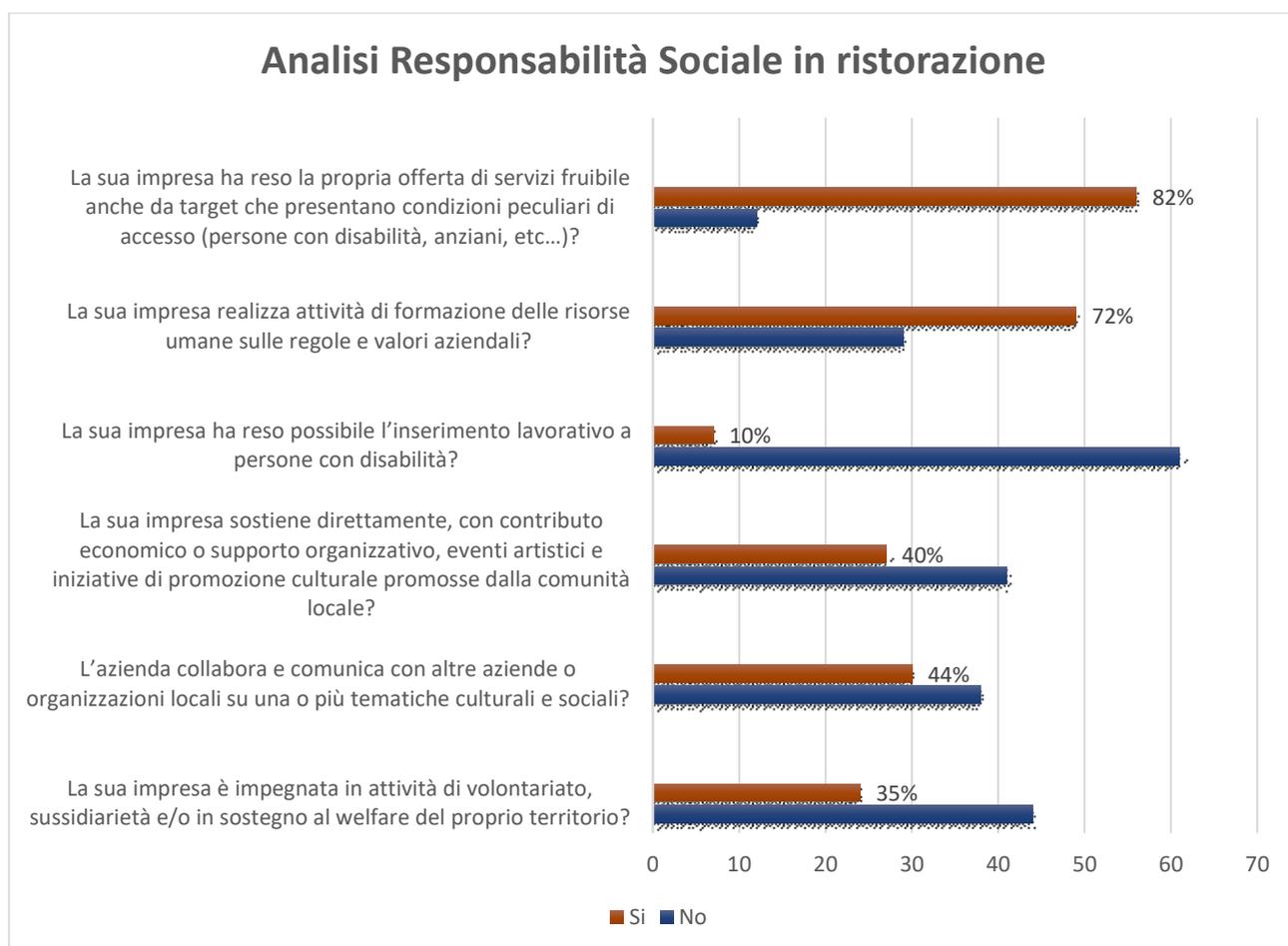


Circa la sostenibilità ambientale i seguenti risultati:

- Dalla categoria *ristorazione* risultano molto frequenti le pratiche di riduzione dei rifiuti e degli scarti. Questo è spiegabile dalle svariate modalità che presenta la categoria per raggiungere tale scopo: servizio di prodotti alla spina, passaggio dalla plastica alla carta, utilizzo di detersivi ecologici e così via;
- In linea con l'intero campione, sono in minorazione le imprese nella *ristorazione* a sfruttare energia da fonti rinnovabili, e a svolgere pratiche tese al risparmio idrico;
- Elevata è la cura al risparmio energetico;
- Nell'assoluta maggioranza delle risposte, nella *ristorazione* risulta essere dominante l'utilizzo di prodotti locali e dunque dominate la filosofia KM 0;

- Diversamente dalla categoria dei *servizi di alloggio*, ma in linea con l'intero campione, nella *ristorazione* la volontaria cura e manutenzione del patrimonio paesaggistico del territorio risulta ridotta, deducibile dalla residua relazione che tale pratica avrebbe con il business dell'impresa.

Tabella 5.20: Risultati per Ristorazione circa Responsabilità Sociale



Infine, rispetto alla responsabilità sociale per la *ristorazione* abbiamo i seguenti risultati:

- A conferma del trend generale, è relativamente bassa l'attenzione verso tematiche culturali e sociali, e il supporto organizzativo che la categoria di studio dà a favore di queste iniziative. È corretto però evidenziare che sull'intero campione sono circa 50 le imprese che hanno risposto positivamente su questo punto e che hanno spiegato discorsivamente gli eventi a cui partecipano direttamente;
- Ulteriore dimostrazione della bassa inclusività lavorativa di persone con handicap, la categoria mostra un dato simile a quello mostrato dall'intero campione e dalla categoria *servizi di alloggio*;

- Alta è la percentuale di imprese che nella *ristorazione* svolge attività di formazione del personale. Questo può spiegarsi dai frequenti dipendenti stagionali della categoria, che risultano possedere una competenza, derivante da altre esperienze pregresse, non allineata allo svolgimento della specifica attività;
- Più che nei *servizi di alloggio*, la categoria di studio presenta massima accessibilità a persone con condizioni peculiari di accesso. Tale differenza dalla prima categoria trattata, può intendersi grazie alla maggior facilità che la *ristorazione* presenta per rendere il proprio servizio accessibile a tutti.

5.6 Overview dei risultati per le categorie restanti

Per una trattazione più completa dei dati, si mostrano i risultati per le singole categorie non oggetto di studio più dettagliato, costituenti il campione di studio:

- *Sport (tot. 10 imprese)*
- *Servizi di trasporto (tot. 10 imprese)*
- *Intrattenimento (tot. 8 imprese)*
- *Imprese artigianali (tot. 23 imprese)*
- *Servizi di Viaggio (tot. 18 imprese)*
- *Imprese Alimentari (tot. 36 imprese)*

1. Sport

Tabella 5.21: Risultati per Sport circa Sostenibilità ambientale

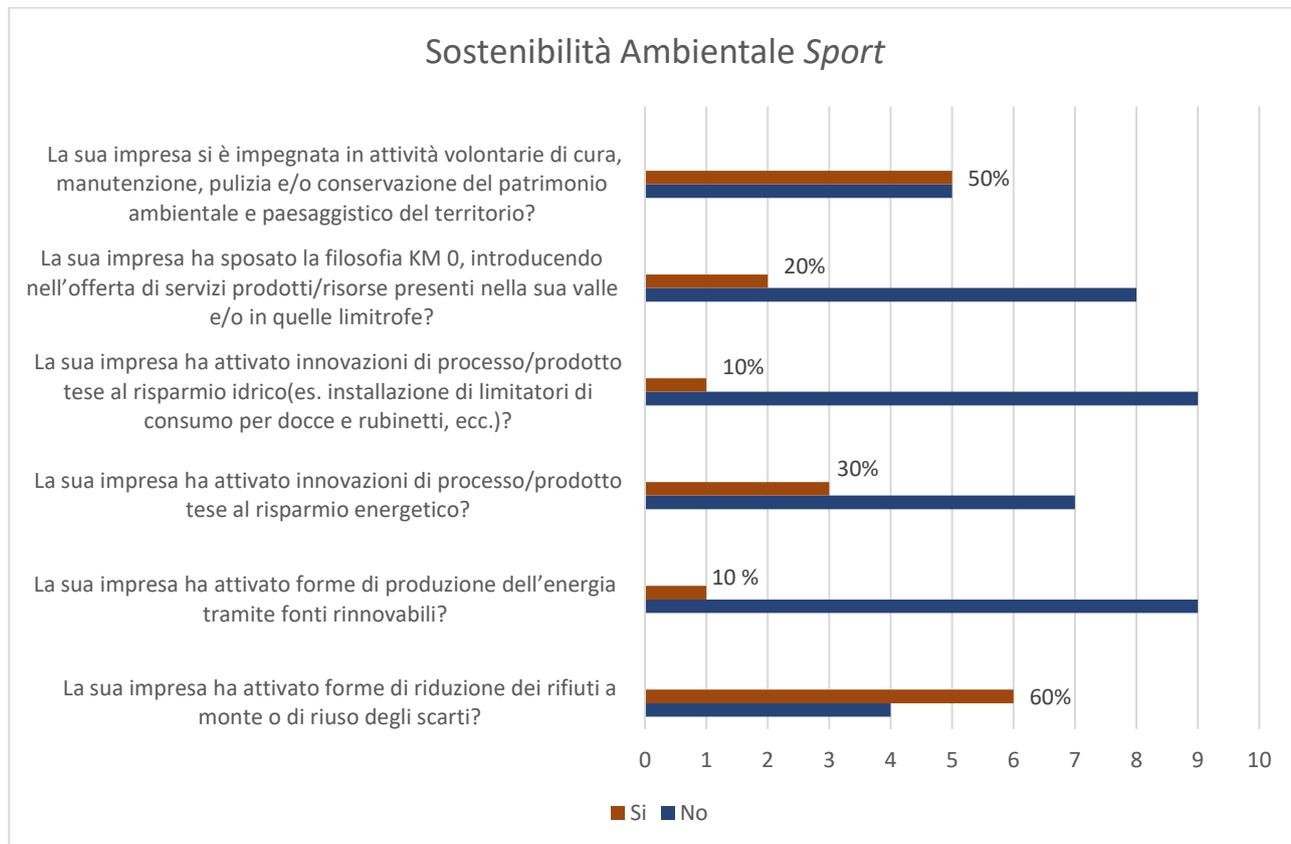
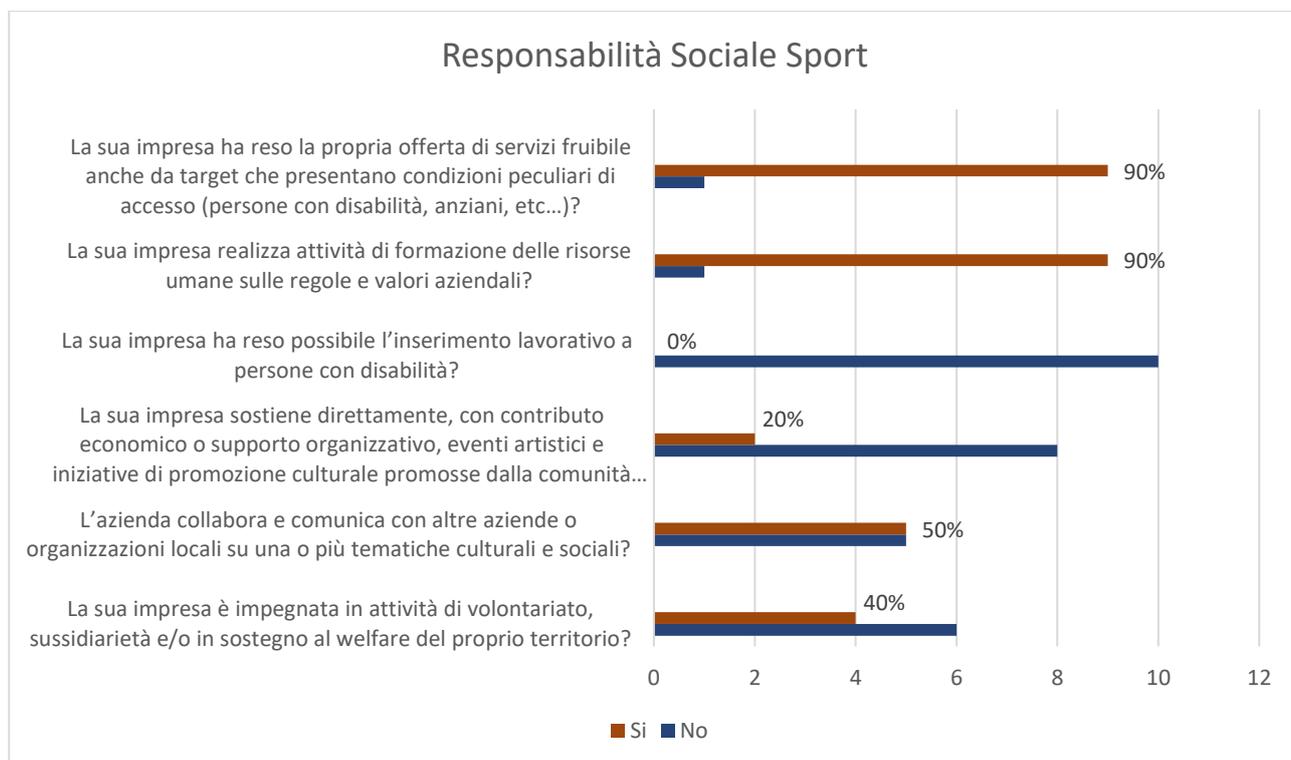


Tabella 5.22: Risultati per Sport circa Responsabilità Sociale



2. Servizi di trasporto

Tabella 5.23: Risultati per Servizi di trasporto circa Sostenibilità ambientale

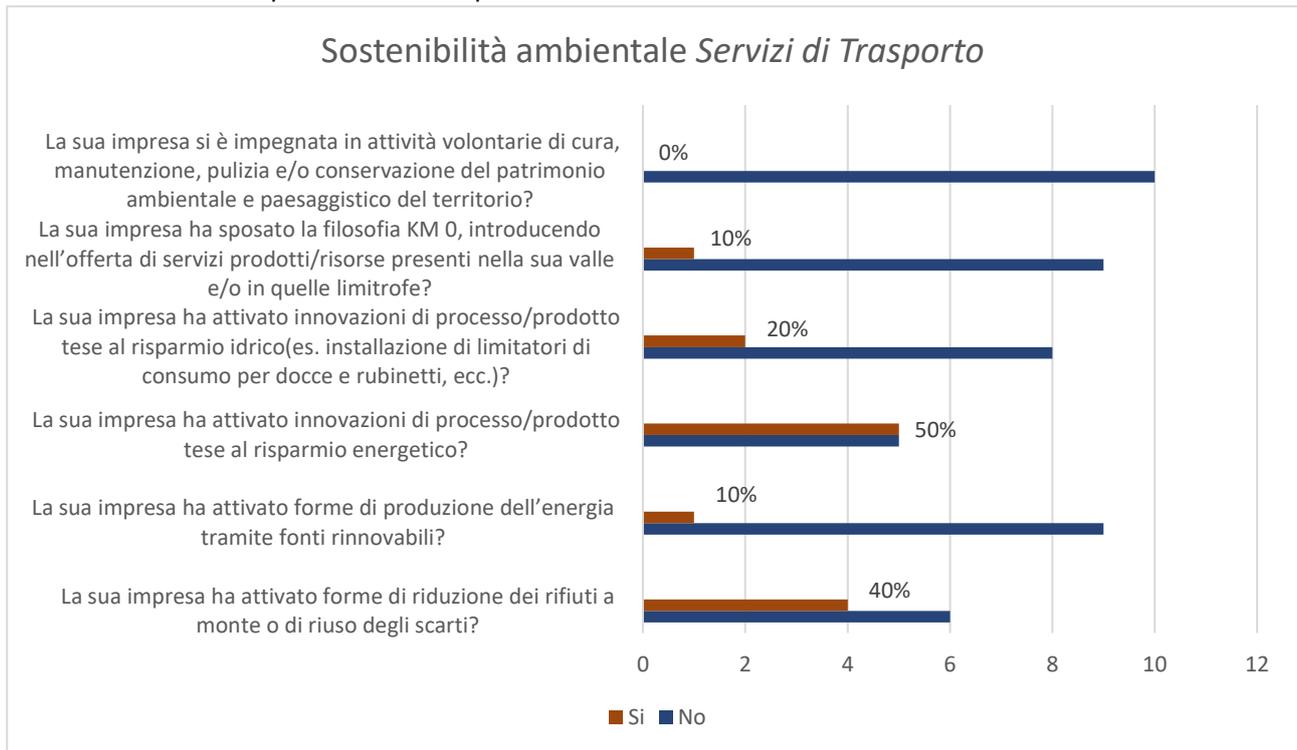
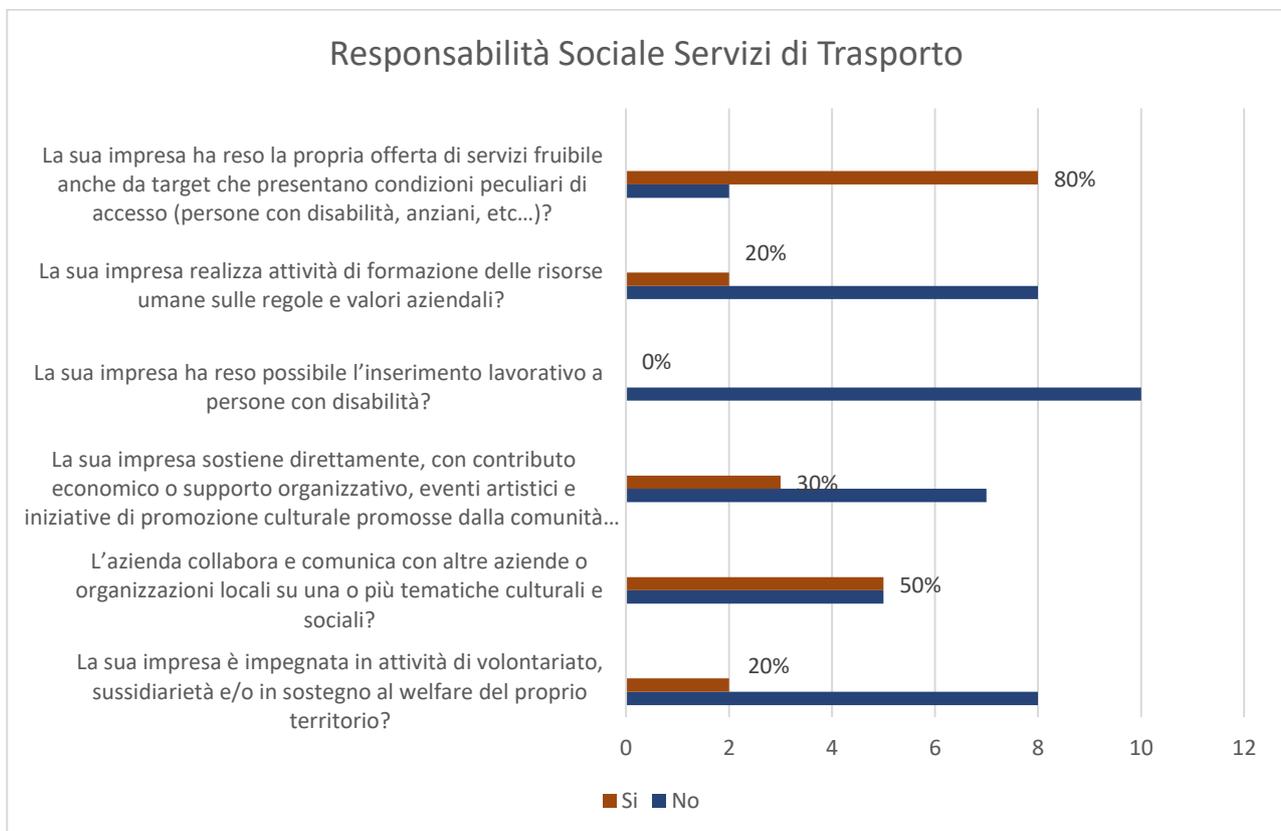


Tabella 5.24: Risultati per Servizi di trasporto circa Responsabilità Sociale



3. Intrattenimento

Tabella 5.25: Risultati per Intrattenimento circa Sostenibilità ambientale

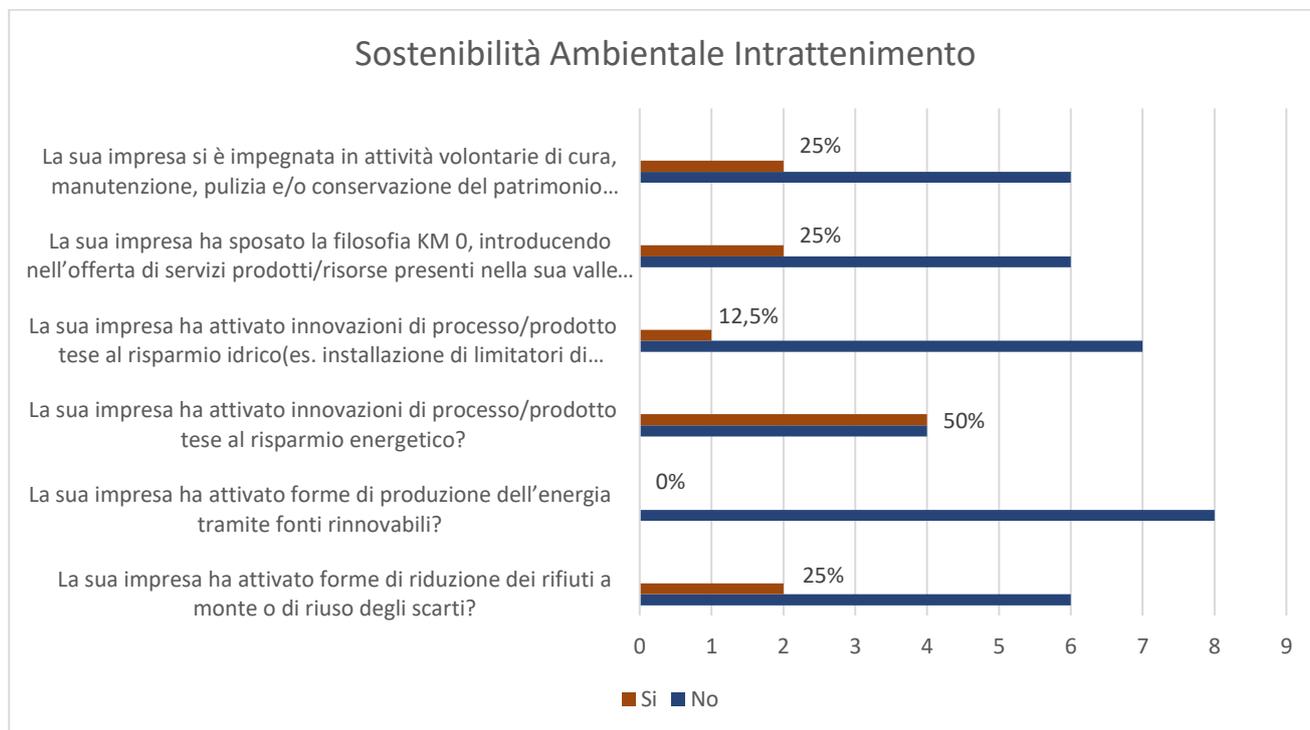
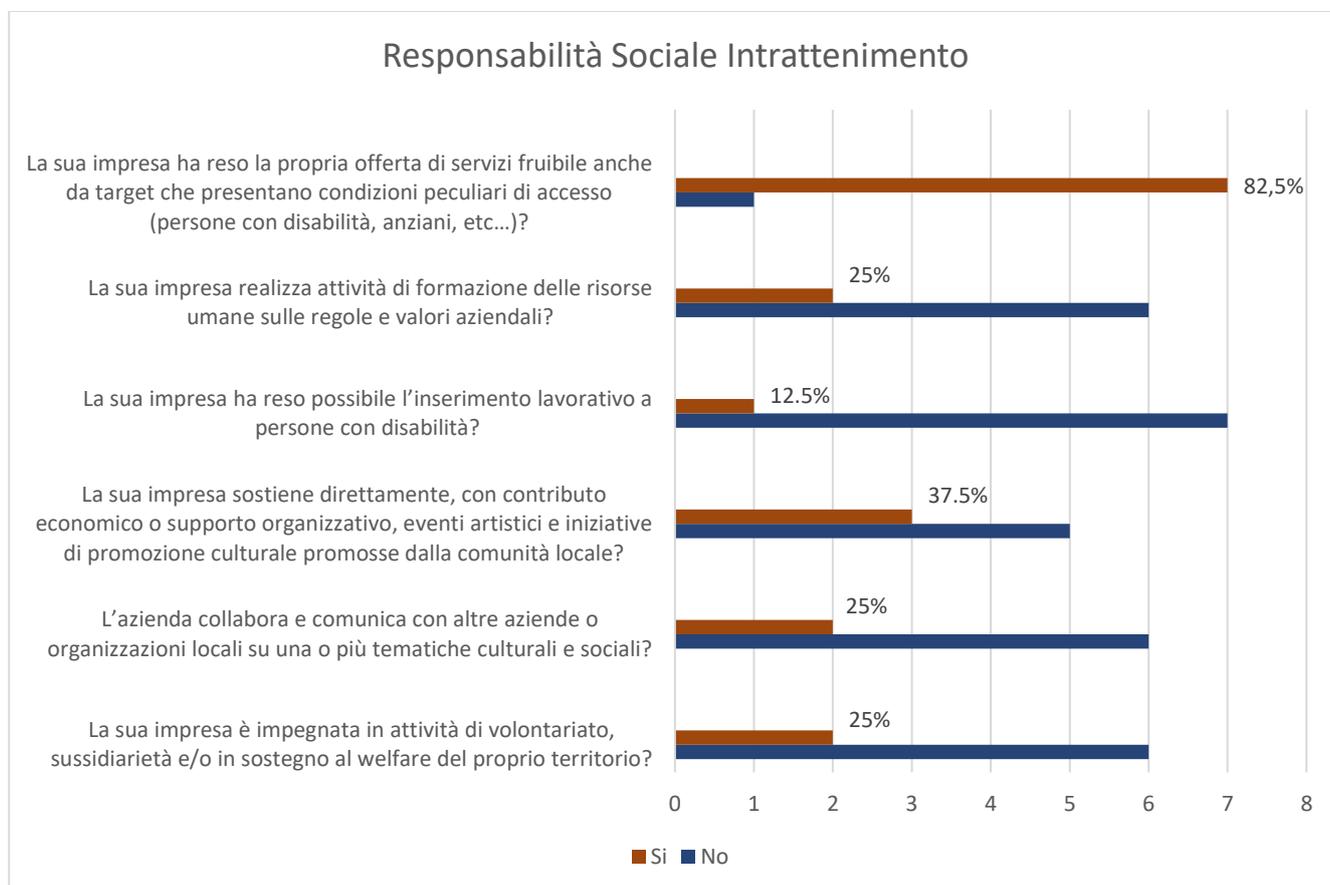


Tabella 5.26: Risultati per Intrattenimento circa Responsabilità Sociale



4. Imprese Artigianali

Tabella 5.27: Risultati per Imprese Artigianali circa Sostenibilità ambientale

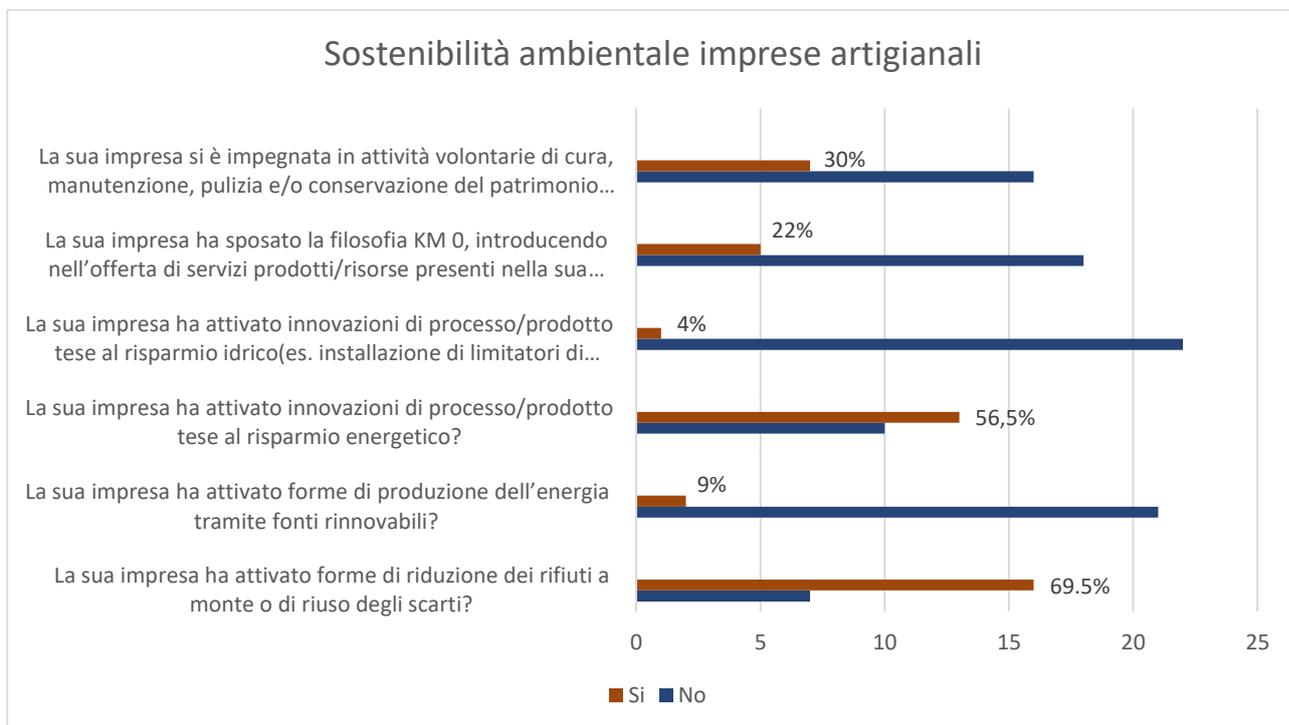
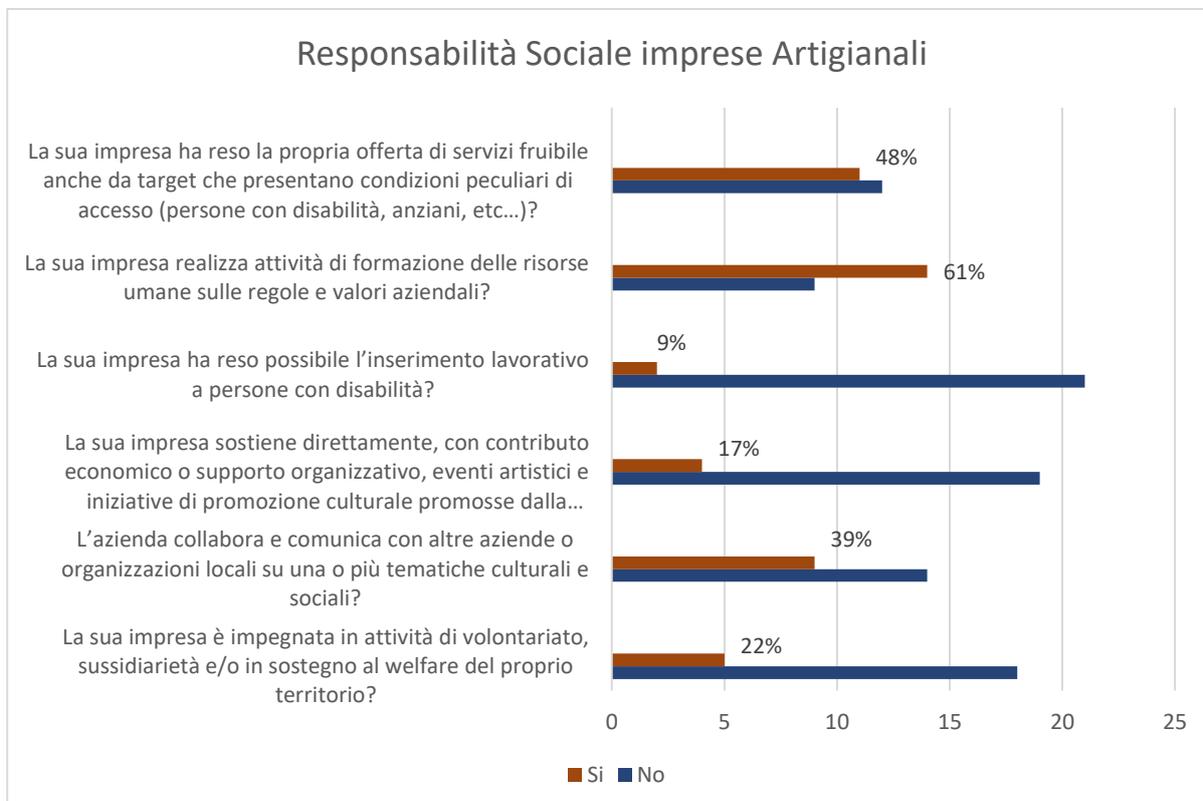


Tabella 5.28: Risultati per Imprese Artigianali circa Responsabilità Sociale



5. Servizi di viaggio

Tabella 5.29: Risultati per Imprese Artigianali circa Sostenibilità Ambientale

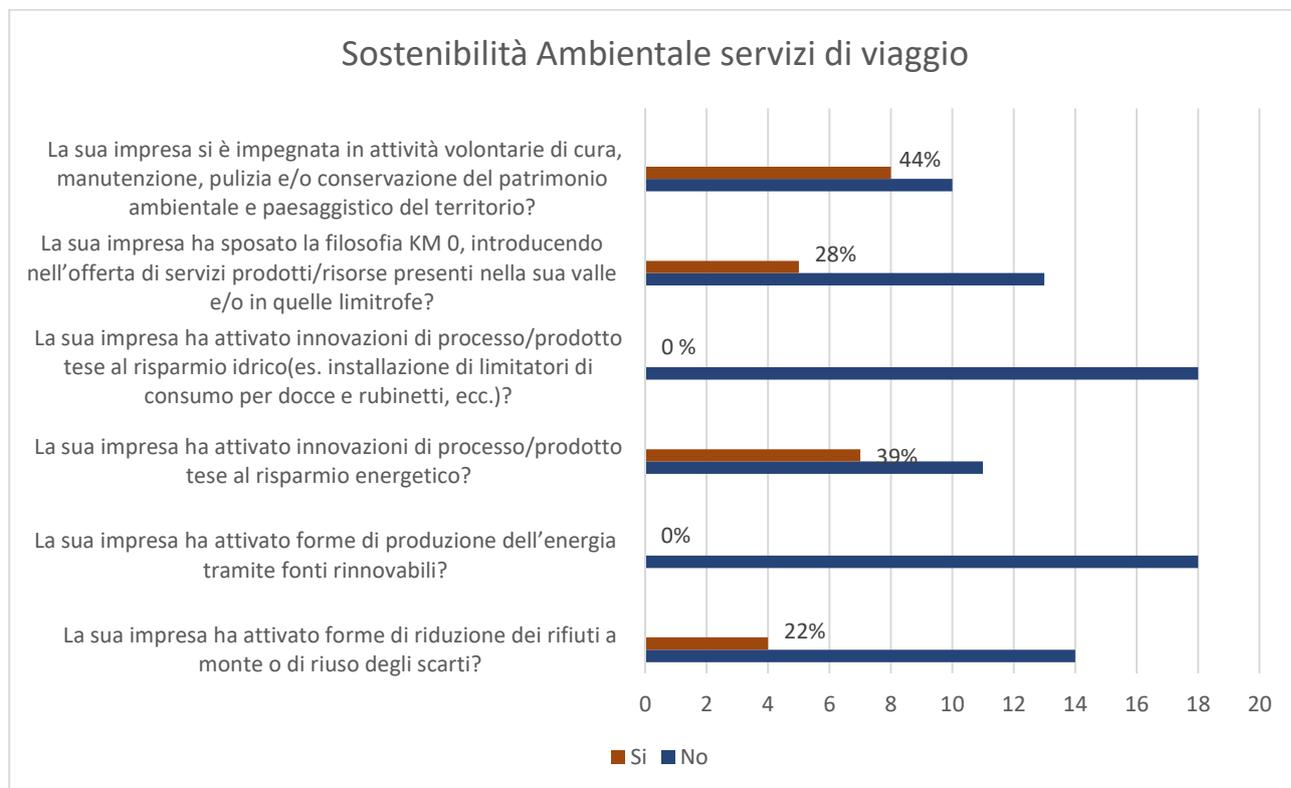
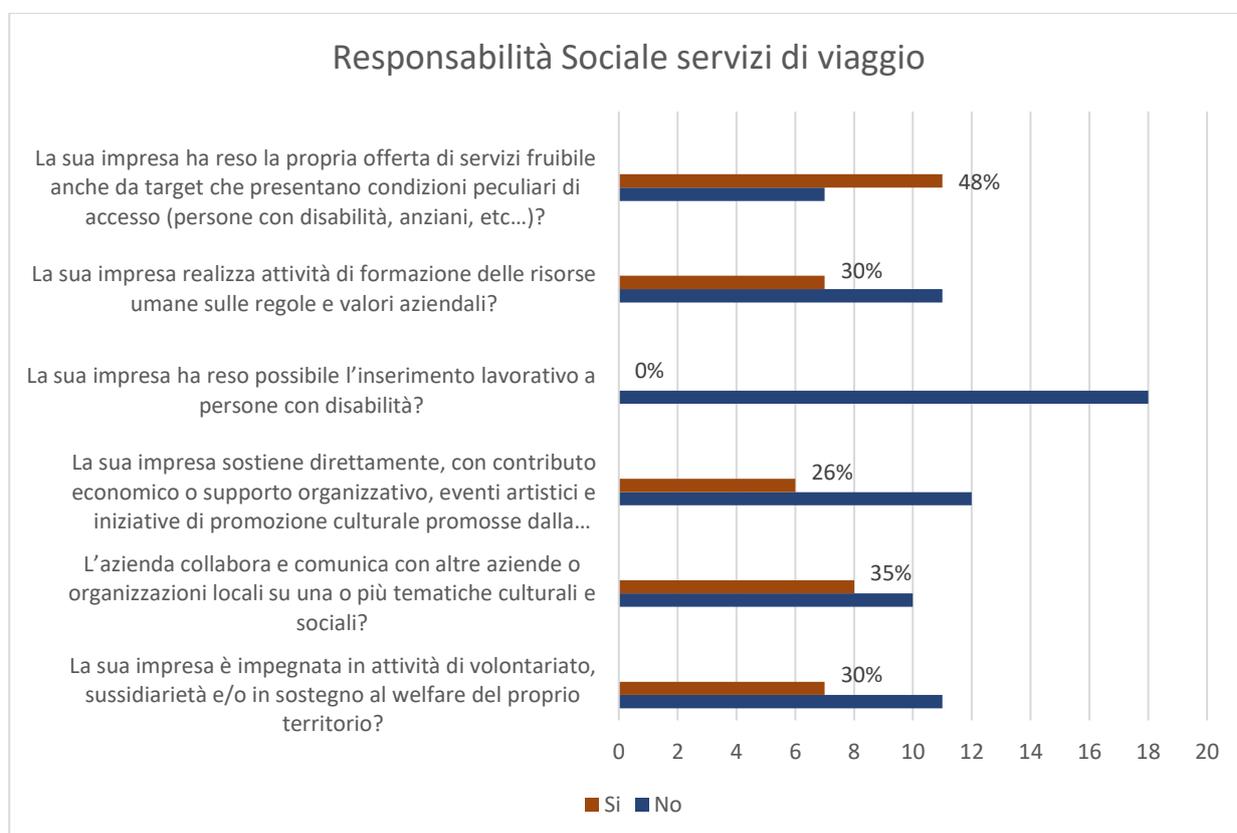


Tabella 5.30: Risultati per Imprese Artigianali circa Responsabilità Sociale



6. Imprese alimentari

Tabella 5.31: Risultati per Imprese Alimentari circa Sostenibilità Ambientale

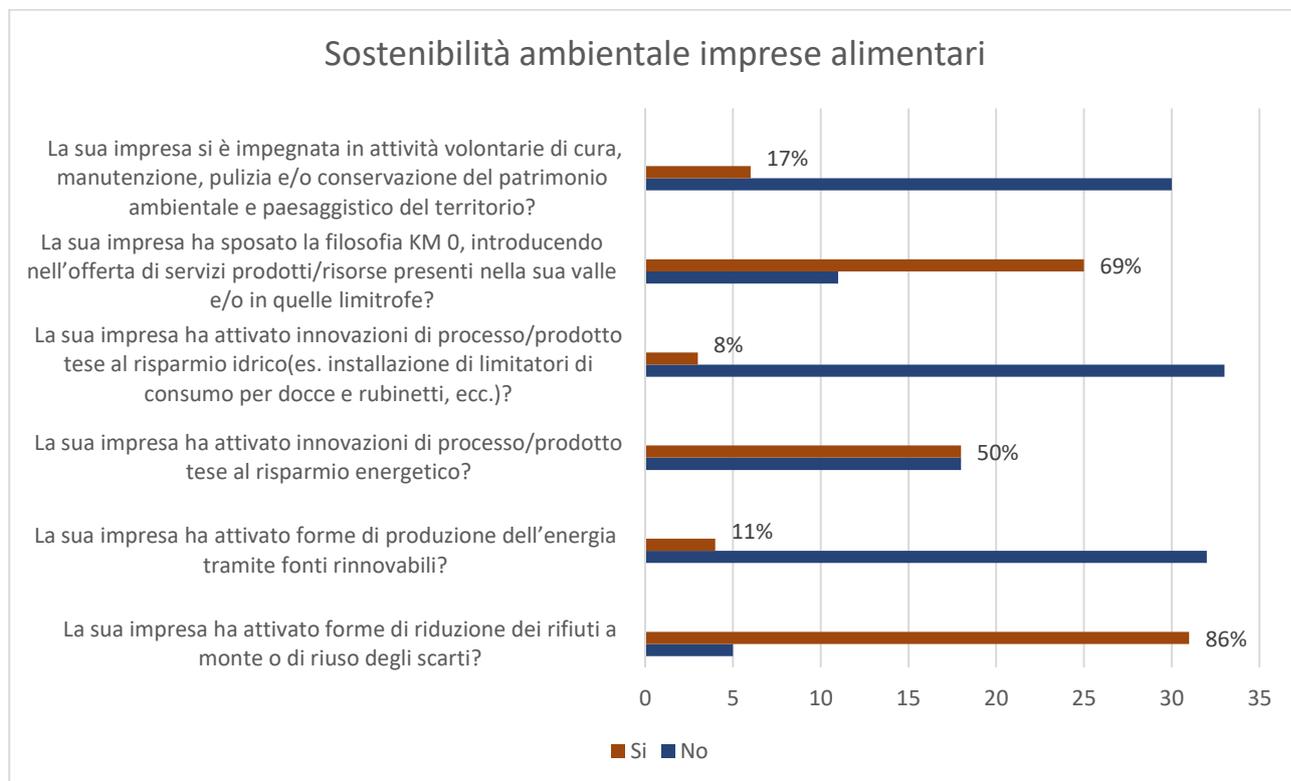
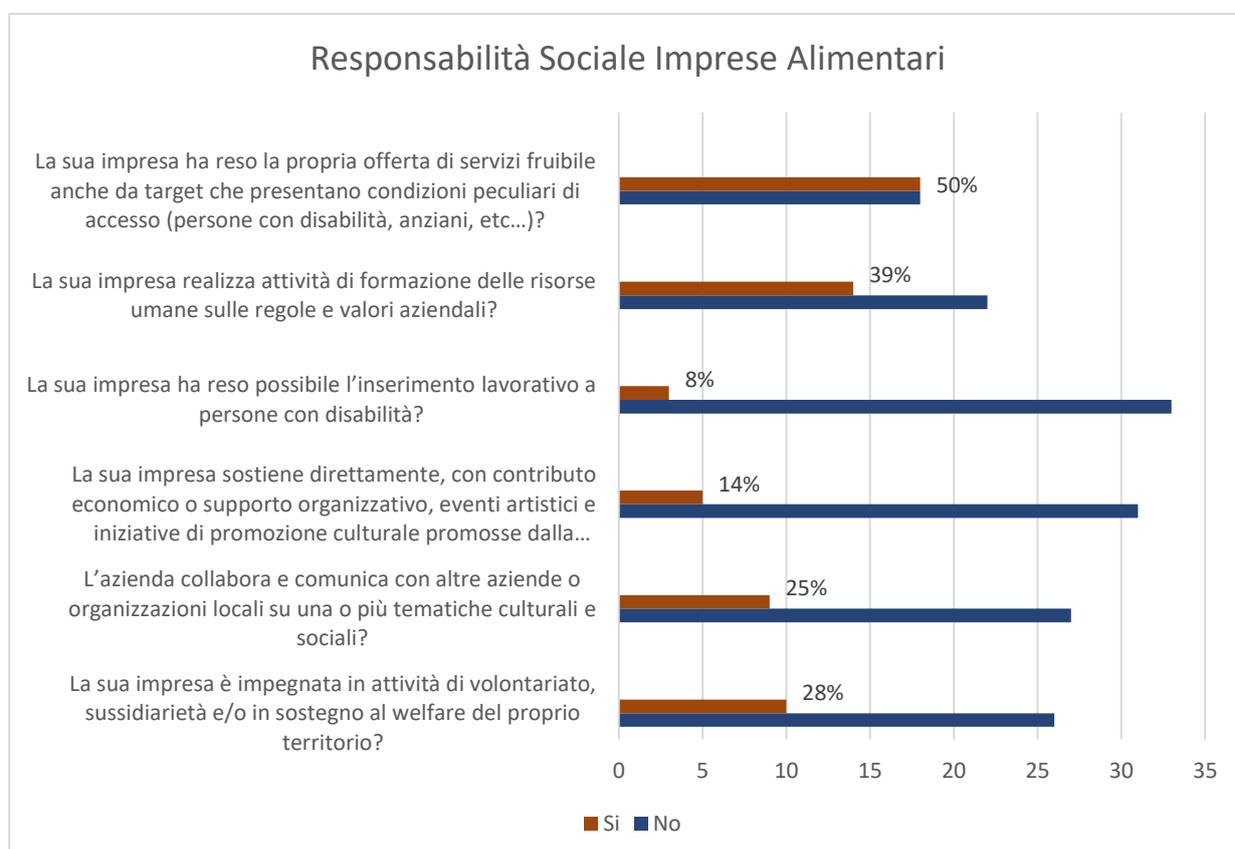


Tabella 5.32: Risultati per Imprese Alimentari circa Responsabilità Sociale



Conclusioni finali

La base teorica tracciata all'interno dei primi tre capitoli permette di valutare la sostenibilità ambientale come una specifica forma di *corporate social responsibility*, che, come si è approfondito, risulta essere << *l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate* >>.

Questi aspetti di sostenibilità diventano così oggetto di studio della seguente tesi che fa propri i seguenti obiettivi:

- L'individuazione delle caratteristiche e dei bisogni delle piccole e medie imprese turistiche nel territorio delle Alte Valli;
- La comprensione del comportamento delle piccole e medie imprese circa la *corporate social responsibility*;
- La promozione del turismo sostenibile.

A questo scopo sono stati analizzati i risultati ottenuti dal questionario del progetto *Cuore Innovativo Alte-Valli* rivolto alle imprese della filiera turistica allargata nei territori della Val di Susa e della Valle Pinerolese. Le sezioni del questionario che si focalizzano sui temi della sostenibilità sono due: *Sostenibilità Ambientale* e *Responsabilità Sociale*. Per le seguenti sezioni, le analisi sono state svolte sull'intero campione, composto da 201 risultati, e più in dettaglio sulle categorie *servizi di alloggio* e *ristorazione*, centrali nella filiera turistica.

L'analisi generale mostra un'attenzione elevata delle imprese di studio verso il territorio e il patrimonio paesaggistico. Non altrettanto alta è la loro preoccupazione su temi sociali e culturali. Si delineano allora due comportamenti differenti rispetto i temi della sostenibilità: negli ultimi tre anni le imprese della filiera turistica allargata hanno rivolto molta cura all'impatto che esse hanno sull'ambiente; ma minore attenzione, causa contingenza pandemica, a tematiche culturali e sociali comprendenti anche l'inclusività.

In conclusione, è importante precisare che questo elaborato comprende le imprese del mercato turistico allargato esclusivamente nel lato italiano del territorio di studio. Si rende possibile un'analisi speculare rivolta alle imprese del lato francese.

Bibliografia

- [1] *Crisi ambientale e soluzioni per la sostenibilità e l'adattamento*, Alessandra Bonoli – Università di Bologna
- [2] *A review of renewable energy sources, sustainability issues and climate change Mitigation*, Phebe Asantewaa Owusu & Samuel Asumadu-Sarkodie
- [3] *Studio tecnico economico di comunità energetiche rinnovabili nelle isole minori*, Simona Russo – Politecnico di Torino
- [4] *I numeri del petrolio*, OggiScienza - <https://oggiscienza.it/2019/09/18/numeri-petrolio/>
- [5] *Rapporto mensile elettrico maggio 31/05/2020*, TERNA
- [6] *La transizione verso l'energia rinnovabile tra ostacoli ed opportunità*, Chiomento Diego – Università degli studi di Padova
- [7] *Il Covid-19 come opportunità per ripensare alla sostenibilità in ambito turistico. Spunti e riflessioni dalla pandemia al turismo di domani*, Francesca Baldan – Università Ca' Foscari Venezia
- [8] *Il peso del turismo in Italia, le caratteristiche della domanda e le capacità ricettive*, Wikipedia
- [9] *Turismo durevole e sviluppo sostenibile: il quadro di riferimento italiano*, Luca Andriola – Ciset, Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica dell'Università Cà Foscari di Venezia.
- [10] *Piano strategico per lo sviluppo del turismo in Italia*, Dipartimento per gli affari regionali, il turismo e lo sport
- [11] *Sostenere il turismo: come il Covid-19 influenzerà il viaggio del futuro*, Fabio Corbisiero – Università degli studi di Napoli Federico II
- [12] *Elaborazioni Ciset su dati UNWTO*, Enit, Banca d'Italia
- [13] *Dati Istat 2021: movimento turistico in ripresa ma ancora lontano dal 2019*, <https://www.qualitytravel.it/dati-istat-2021-movimento-turistico-in-ripresa-ma-ancora-lontano-dai-livelli-2019/105207>

- [14] *Risorse culturali e turismo sostenibile (Elementi di pianificazione strategica)* – Annalisa Cicerchia
- [15] *Turismo e sostenibilità: S.I.S.T, uno strumento per la valutazione della sostenibilità del turismo 2.0*, Francesco Baroni – Università Ca' Foscari Venezia
- [16] *Corporate Social Responsibility: cos'è e perché è strategica per le aziende oggi* – Digital4 <https://www.digital4.biz/executive/corporate-social-responsibility-csr/>
- [17] *A literature review of the history and evolution of Corporate Social Responsibility*, Mauricio Andrés Latapí Agudelo, Lára Jóhannsdóttir and Brynhildur Davídsdóttir
- [18] *The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy*, Hongwei He, Lloyd Harris

*A mio papà
A Marco e Giorgia,
A Federico e Ludovica.*

GRAZIE.

Grazie a tutta la mia famiglia.

Grazie alla mia mamma.

Grazie Chiara e Alessia.

Grazie ai miei nipoti.

Grazie Elena.

Grazie ai miei amici.

Grazie Nicolò e Giuseppe.

Grazie Danilo.

Grazie Dory e Ucci.

Grazie Piero e Filippo.

Grazie Jamb e Giovanni.

Grazie Gatto e Tom.

Grazie Bros e Tommy.

Grazie Papu e Francesco.

Grazie Bizz e Mino.

Grazie a tutti i miei coinquilini.

Grazie a tutti i miei professori.

Grazie prof.ssa Alessandra Colombelli.

Grazie Valentina Biconne.