

STRATUS

STRategie Ambientali per un TURISMO Sostenibile

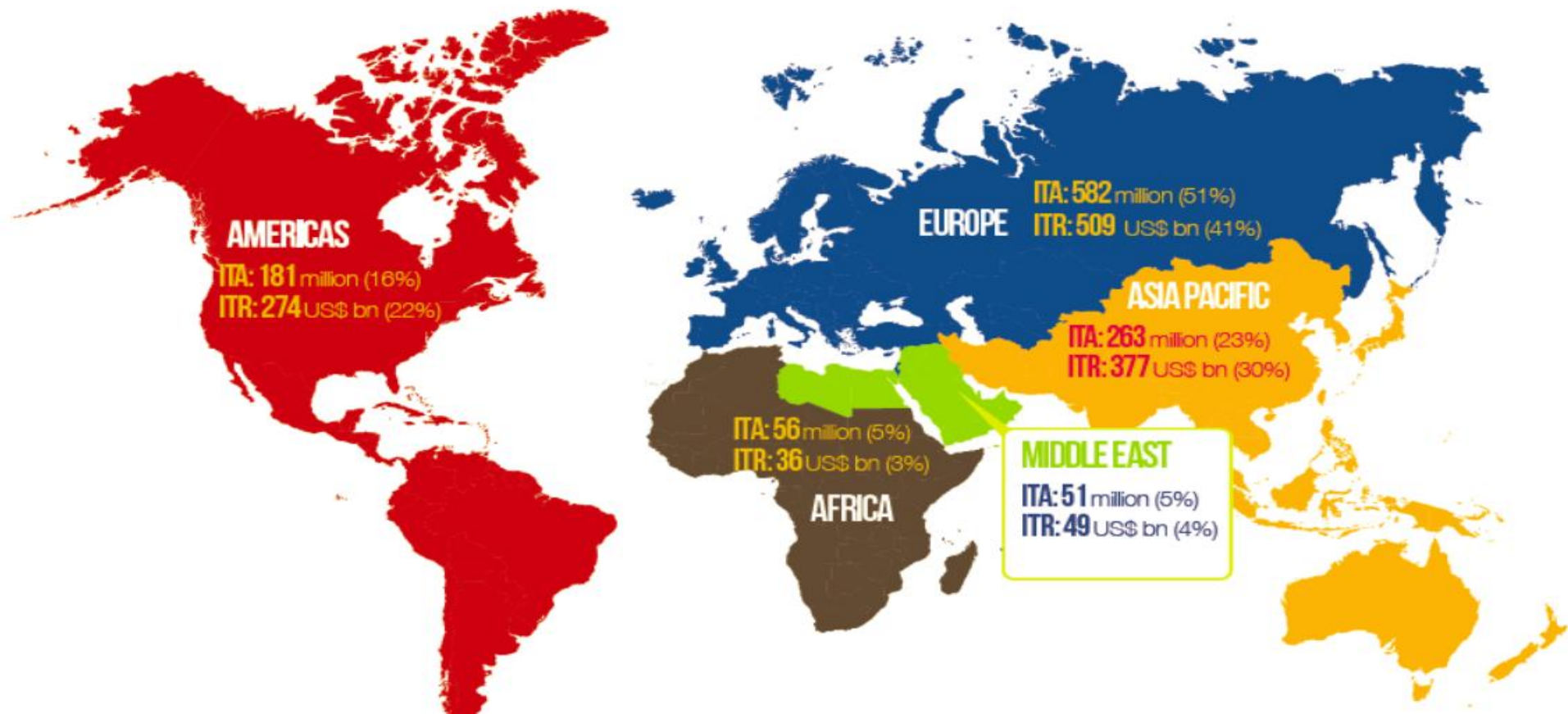
*Giacomo Del Chiappa
Professore di Marketing
CRENoS, Università di Sassari*

Il turismo nel mondo

INTERNATIONAL TOURISM 2014

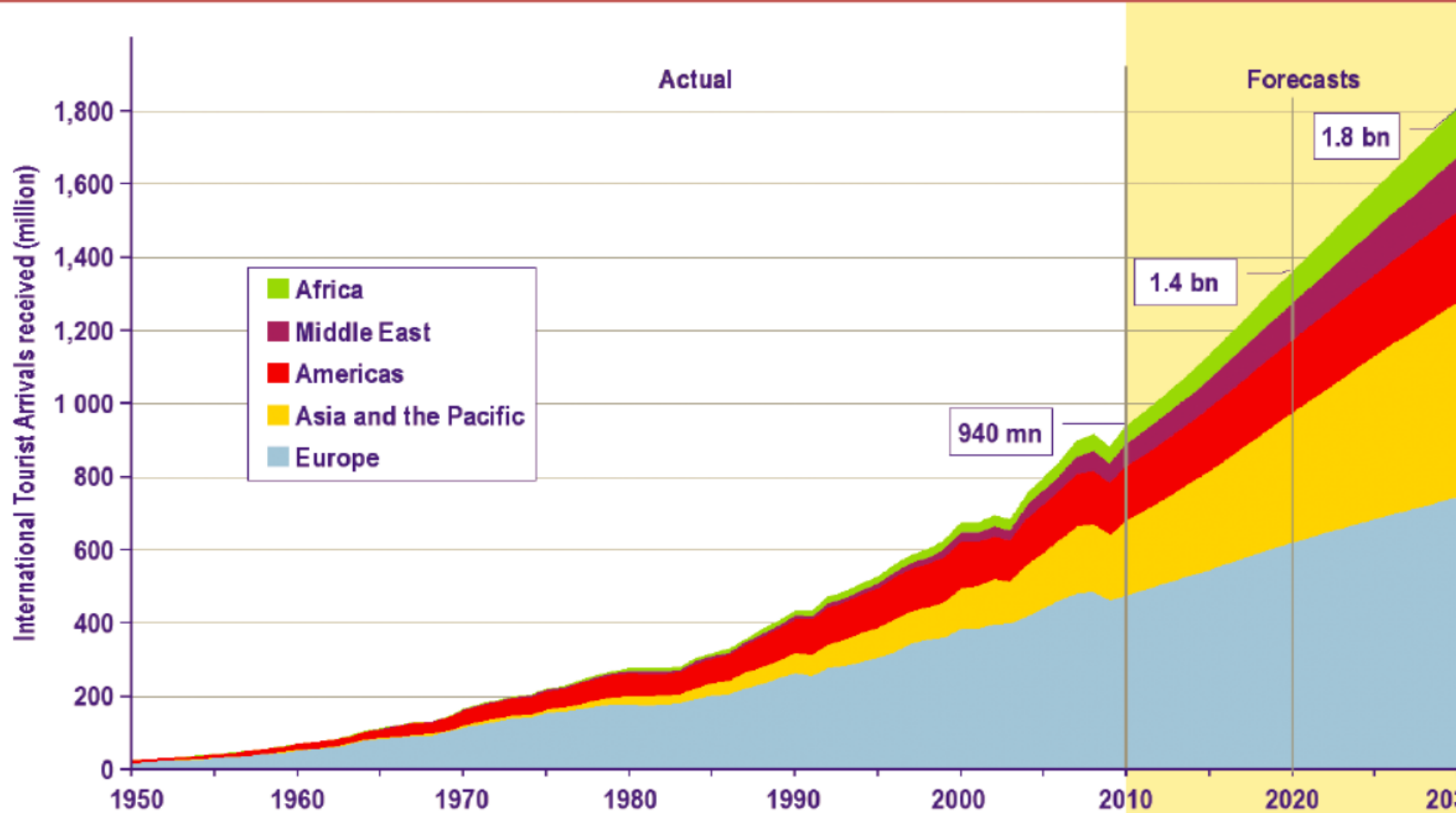
International tourist arrivals (ITA): 1 133 million

International tourism receipts (ITR): US\$ 1 245 billion



Trend del turismo mondiale

UNWTO Tourism Towards 2030: Actual trend and forecast 1950-2030



L'importanza del turismo sostenibile



2017
INTERNATIONAL YEAR
OF SUSTAINABLE TOURISM
FOR DEVELOPMENT

[ABOUT](#)

[WHY TOURISM](#)

[SHARE](#)

[JOIN](#)

[PARTNERSHIPS](#)

[RESOURCES](#)

[ENGLISH](#)



INTERNATIONAL YEAR 2017



2017
INTERNATIONAL YEAR
OF SUSTAINABLE TOURISM
FOR DEVELOPMENT

Ma cosa significa turismo sostenibile?

Sviluppo orientato a garantire una buona **qualità della vita** per la comunità locale, la **soddisfazione dei visitatori** ed un uso responsabile delle **risorse economiche, ambientali e sociali del territorio**, perseguendo l'obiettivo di un armonico **coordinamento tra tutti gli stakeholders** pubblici e privati coinvolti nella filiera turistica e/o comunque interessati a come il turismo è gestito e promosso

(WTO, 1996)

L'attenzione dei viaggiatori (1)

- ✓ **Cresce annualmente del 5% a livello internazionale (WTO)**
 - Il 65% dei **tedeschi** si aspetta qualità ambientale, il 42% cerca ricettività eco-friendly
 - L'87% degli **inglesi** sono orientati ai principi dell'ecoturismo
 - Il 55% degli **italiani** dichiarano di fare scelte che non danneggino l'ambiente nel pianificare il proprio viaggio
 - Il 40,7% degli **italiani in vacanza in Sardegna** dichiara di essere propenso a fare vacanze ispirate all'ecoturismo

L'attenzione dei viaggiatori (2)

✓ Disponibilità a pagare un “premium price”

- Il **70% dei turisti statunitensi**, inglesi e australiani sono disposti a pagare **150 dollari in più** (Chafe, 2005)
- Il **39% dei turisti inglesi** è disposto a pagare un **5% extra** per avere garanzie etiche e di rispetto ambientale (www.ecotourism.com)
- Circa il **68% dei visitatori italiani in Sardegna** è disposto a pagare di più per le proprie vacanze se il denaro fosse destinato a preservare l'ambiente e supportare iniziative volte a favorire uno sviluppo turistico sostenibile

La risposta delle imprese e dei territori

- ✓ In Germania 122 tour operator sono specializzati in ecoturismo
- ✓ In USA 62 tour operator della NTA offrono pacchetti ecoturistici



CREST
Center for Responsible Travel

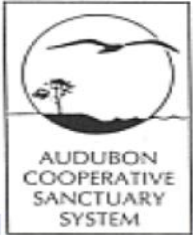
Greening the travel industry



Ski resorts



Hotels & resorts



Golf Courses



Cruises



Airlines



Convention Centers



Beaches

La risposta delle imprese e dei territori

Additional Measures to Reduce Overall Energy Use

Reducing Overall
Energy Use

Investing in Emissions
Abatement Technologies

Utilizing Alternative
Energy Sources


Itinerary planning
to optimize timing,
route, speed and
distances traveled


Improving
hull designs of
our ships


Moving
thermostats
to neutral positions


Ensuring balcony
doors are closed
and lights and appliances
are switched off when
staterooms are unoccupied


Using energy-
efficient glass
on new ships

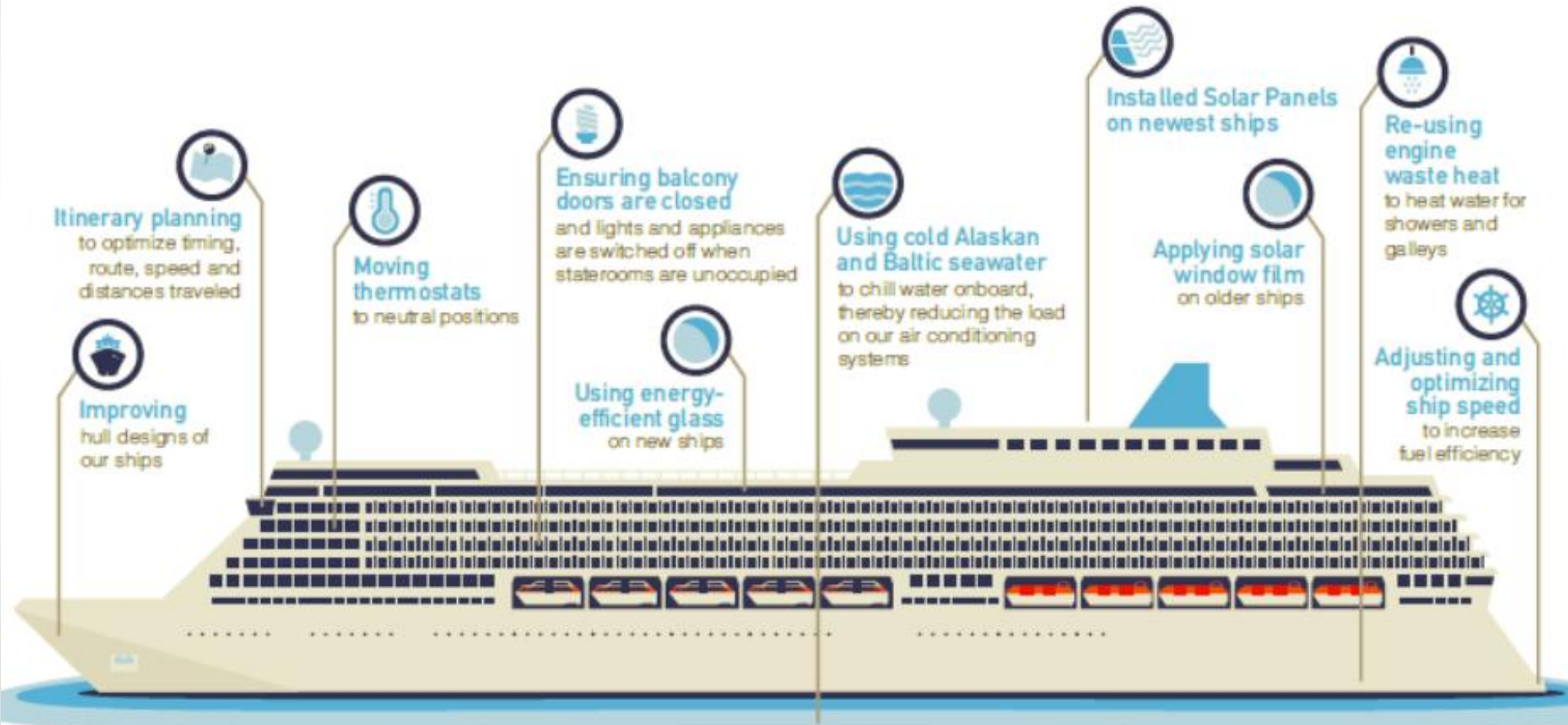

Using cold Alaskan
and Baltic seawater
to chill water onboard,
thereby reducing the load
on our air conditioning
systems


Installed Solar Panels
on newest ships


Applying solar
window film
on older ships


Re-using
engine
waste heat
to heat water for
showers and
galleys


Adjusting and
optimizing
ship speed
to increase
fuel efficiency



Come ci posizioniamo noi?

ITALIA: 29° posizione

**GLOBAL METRICS
FOR THE
ENVIRONMENT**

The Environmental Performance Index (EPI) ranks countries' performance on high-priority environmental issues in two areas: protection of human health and protection of ecosystems.

[DATA](#)

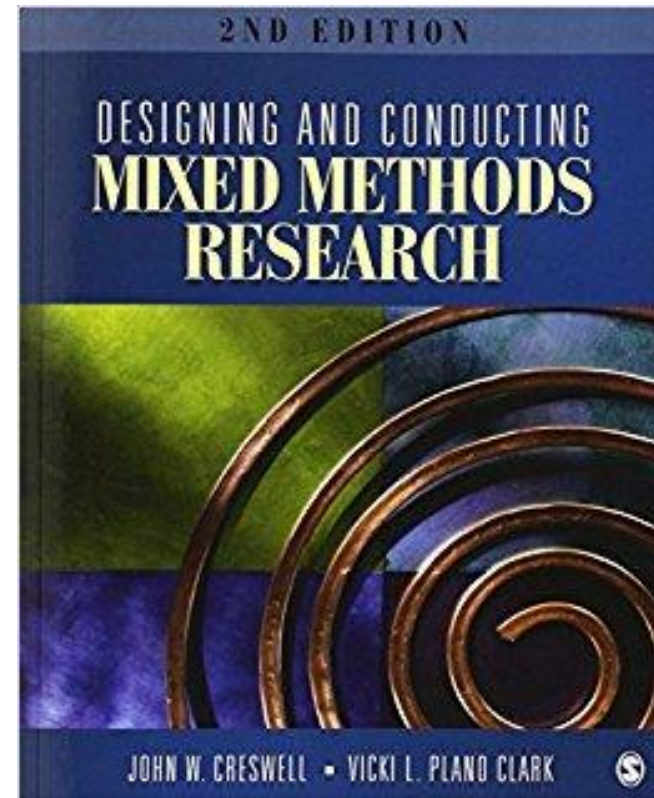
[2016 REPORT](#)

[DOWNLOADS](#)

Obiettivi del progetto

- ✓ Rafforzare la competitività del settore turistico marino-balneare
 - strumenti di gestione che favoriscano e migliorino la sostenibilità delle imprese dei territori costieri
 - strumenti di monitoraggio della sostenibilità nel tempo
 - creazione dal basso di un marchio per i prodotti eco-turistici
 - approccio integrato di sviluppo turistico sostenibile transfrontaliero, attività di co-marketing
 - report territoriali

La metodologia di ricerca del progetto



Analisi preliminare “dati secondari”

- ✓ Analisi desk di tipo documentale per identificare:
 - obiettivi e linee strategiche dei territori analizzati
 - le innovazioni nell'organizzazione e nei modelli di governance
 - le competenze da sviluppare e le modalità di valutazione dei risultati
 - ricostruire i principali trend registrati in termini di n. di imprese, n. arrivi/presenze, indici di soddisfazione della domanda turistica, esternalità (positive e negative) del turismo
- ✓ Fonti dei dati:
 - Documenti di natura istituzionale
 - Studi settoriali

Analisi “dati primari”: qualitativa (1)

- ✓ Focus group, per analizzare come gli stakeholder:
 - Concepiscono il concetto di sostenibilità
 - Ritengano che la sostenibilità contribuisca alla competitività della loro singola organizzazione e della destinazione
 - Ritengano che sia già stato fatto e/o si debba fare qualcosa per aumentare la sostenibilità dello sviluppo turistico
- ✓ Numero partecipanti: 15
- ✓ Data di svolgimento: 24 maggio 2017
- ✓ Soggetto responsabile: CRENoS

Analisi “dati primari”: qualitativa (2)

- ✓ Interviste in profondità, per
 - Analizzare/ricostruire la cultura organizzativa e l’orientamento positivo verso la propria impresa/istituzione e verso gli altri stakeholder
 - Analizzare e ricostruire le modalità di cooperazione tra i diversi soggetti
 - Capire come il sistema possa muoversi dallo status-quo a una nuova dimensione organizzativa nella quale la sostenibilità e la competitività siano al centro del modello di governance aziendale e territoriale
- ✓ Momento di confronto, per verificare, integrare e validare le informazioni raccolte a livello individuale
- ✓ Numero partecipanti: 15 (10 imprenditori, 5 istituzioni)
- ✓ Data di svolgimento: Entro fine maggio/primi di giugno
- ✓ Soggetto responsabile: Poliste

Analisi “dati primari”: quantitativa

- ✓ Sviluppato sulla base dell'output della ricerca qualitativa e della letteratura in materia di turismo sostenibile:
 - Valorizzazione delle buone pratiche già esistenti sul territorio
 - Analisi della competitività della destinazione
 - Valutazione della sostenibilità e dell'impatto del cambiamento climatico sul turismo
- ✓ Modalità di raccolta dati: face-to-face e online
- ✓ Numero intervistati: ≥ 50
- ✓ Soggetti responsabili: CRENoS, Poliste e ENEA

“Gli output finali”

- ✓ Report relativi alle strategie di competitività e sostenibilità
 - A livello di singola destinazione
 - A livello di territorio transfrontaliero



Grazie per l'attenzione

Giacomo Del Chiappa
Professore di Marketing
CRENoS, Università di Sassari
E-mail: gdelchiappa@uniss.it