



Unione Europea



G.A.L.
Montagna Vicentina
S.c.a.r.l.



Programma
LEADER+



Azione 9 del PSL GAL Montagna Vicentina
Progetto di Certificazione EMAS di area – FASE 2

ECOLABEL EUROPEO PER RICETTIVITA' TURISTICA

ASIAGO e RECOARO TERME – Giugno 2006

Loris Tomiato – Riccardo Quaggiato – Antonella Zanardini - Leonardo Rubello



arpav



CESQA – Centro Studi Qualità Ambiente
Università degli Studi di Padova
Dipartimento di Processi Chimici dell'Ingegneria

CHE COS'E' L'ECOLABEL ?

Come dettato dal Regolamento 1980/2000,

È una "etichetta ecologica" che può essere concessa ad una serie di prodotti o servizi che nel loro ciclo di vita hanno un minore impatto sull'ambiente rispetto a prodotti ottenuti tradizionalmente e che sono stati prodotti secondo precisi **criteri** stabiliti a livello comunitario.

- ✓ È uno strumento "**selettivo**" cioè un attestato di eccellenza concesso solo a prodotti con ridotto impatto ambientale
- ✓ È un **marchio** che certifica la qualità ambientale del **singolo prodotto o servizio** e non l'intera "organizzazione"
- ✓ Il **logo ECOLABEL**, come quello di **altri marchi di qualità** già esistenti a livello locale, può essere utilizzato per pubblicizzare il "prodotto" (ad esempio la struttura recettiva turistica), quindi ha una visibilità e riconoscibilità immediata da parte del cliente/turista
- ✓ E' uno strumento facilmente utilizzabile in operazioni di marketing che induce una **differenziazione del prodotto turistico ma anche della clientela**, valorizzando i comportamenti eco-virtuosi.

A CHI VIENE PROPOSTO?

A tutti coloro che appartengono al prodotto “*servizio di ricettività turistica*”, quindi tutte le attività che erogano a pagamento il servizio di pernottamento in strutture ricettive dotate di stanze adeguatamente attrezzate con almeno un letto, offerto come attività principale ai turisti, viaggiatori e ospiti. Il servizio di pernottamento può comprendere l'erogazione di servizi di ristorazione, attività di fitness e/o spazi verdi.

E A TUTTI QUELLI CHE

Forniscono a pagamento, a titolo di attività principale, piazzole attrezzate per mezzi di pernottamento mobili entro un'area definita. Sono comprese anche, altre strutture atte al pernottamento di ospiti ed aree collettive adibite ai servizi comuni forniti entro l'area delimitata. Il “*servizio di campeggio*”, erogato entro tale area, può inoltre comprendere l'erogazione sotto la gestione del titolare o del gestore del campeggio, di servizi di ristorazione e attività ricreative.

PERCHE' QUESTA PROPOSTA ?!

l'Italia è uno dei leader europei nell'offerta di servizi turistici e il settore presenta in quest'ultimo periodo la necessità di maggiore crescita e sviluppo

Quali prospettive ed esigenze,.....

E' NECESSARIO CHE IL RILANCIO E LA CRESCITA SI CONUIGHINO CON la valorizzazione e gestione ecosostenibile dell'ambiente, al fine di:

- ❑ preservare il "capitale ambientale";
- ❑ puntare sulla qualità ambientale quale "criterio di scelta" della destinazione turistica.

ECCO A VOI LA PROPOSTA

Il Regolamento **ECOLABEL** (1980/2000) rappresenta uno dei possibili strumenti comunitari per l'eco-gestione, che si distingue per **obiettivi** e **campo di applicazione**:

- ECOLABEL è una **etichetta ecologica** che garantisce l'eco-compatibilità di un singolo **prodotto o servizio** in tutte le fasi del suo ciclo di vita (LCA).

QUESTO E' LO STRUMENTO CHE VORREMMO UTILIZZARE CON VOI !



SU COSA SI BASA ?

SUGLI ASPETTI AMBIENTALI

DIRETTI

quelli su cui l'attività turistica può avere un **controllo gestionale diretto**, stabilendo regole valide per sé o per fornitori/appaltatori:



Scarichi, Consumi energetici, Consumo idrico, Scelta dei fornitori...



E QUELLI

INDIRETTI

quelli su cui l'attività turistica può avere solo un **controllo indiretto**, coinvolgendo e/o indirizzando il comportamento di soggetti esterni:

Gestione del territorio, Comportamenti ambientali di utenti/fruitori turistici...



QUALI PROSPETTIVE ?



TERRITORIO



RICETTIVITA' TURISTICHE



PRODOTTI TIPICI



La promozione del territorio, coniugata con una puntuale valorizzazione dei circuiti naturalistici, permetterà una sinergia forte tra tutte le componenti locali (vedi grafico), al fine di ottenere un investimento vincente.

QUALI ATTESE?

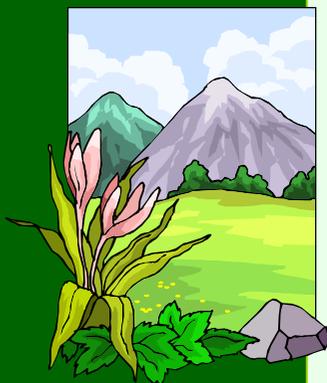
Il marchio di qualità locale

Promuove l'economia locale ed i **prodotti** tipici del territorio



ECOLABEL dei servizi ricettivi turistici

- garantisce l'eco-efficienza del singolo servizio
- strumento di promozione verso il cliente
- riduzione complessiva degli impatti ambientali (risparmi di energia elettrica e di acqua, ecc.)



QUALI SONO I VANTAGGI DI ADERIRE AL PROGETTO ?



Per le attività turistiche:

- o Elemento distintivo del prodotto, sinonimo di qualità di prodotto e di qualità ambientale;
- o Maggiore visibilità sul mercato, quindi vantaggio competitivo;
- o Allargamento target dei clienti;



Audit gratuiti per verificare l'applicabilità del Marchio;

o Supporto tecnico;



o Sportello informativo aperto presso l'ARPAV;



o Campagna promozionale mediante, predisposizione di totem informativi, brochure, articoli su stampa e presentazione nominativi durante l'evento pubblico nell'ambito della flower-week sponsorizzata da APAT;



Per i consumatori:



- ✓ Garanzia pubblica di qualità ecologica;
- ✓ Permette scelte di consumo consapevole;
- ✓ Permette lo sviluppo di politiche di “acquisti verdi”, attuate nel settore pubblico e privato.

CARO ECOLABEL, QUANTO MI COSTI?



Diritti per l'esame del fascicolo

- Spese di istruttoria: 300 € con una riduzione del:
 - 🌸 75% per le microimprese (fino a 10 dipendenti) e i rifugi di montagna;
 - 🌸 25% per le PMI (piccole e medie imprese).

Se la domanda di assegnazione ha esito positivo?

Diritti annuali

- La quota dei diritti annuali è dello 0,15% del volume di affari annuo, dopo essere stato ridotto del 50%. Il volume di affari è calcolato considerando il prezzo medio di erogazione del servizio (il prezzo del pernottamento senza servizi aggiuntivi) moltiplicato per il numero di pernottamenti;
- I diritti annuali minimi sono di 100 € per servizio turistico per richiedente;
- I diritti annui non possono superare i 25.000 € per gruppo di prodotti per richiedente;





DOPO TANTE PAROLE ORA VEDIAMO I FATTI (qualcuno di voi starà

pensando)



..... ebbene sì !



Ecco la sorpresa?!.....

Per l'occasione del nostro incontro è stato spedito un questionario, a tutte le attività ricettive presenti sul territorio nazionale in possesso del Marchio Ecolabel, con le seguenti domande.....

1) aderite anche ad altri marchi o circuiti di qualità? (se si quali)

2) quanto Le è costato ECOLABEL in termini di tempo, risorse umane e investimenti?

3) perchè avete aderito ad ECOLABEL ? :

4) Quali sono state le principali difficoltà riscontrate (risposta aperta), se ce ne sono state?

5) Ha riscontrato dei vantaggi nel conseguire il Marchio Ecolabel?

SI oppure NO

Sì perché:

No perché:

Risposte ottenute dall'intero campione testato

- ✚ Il 66% degli intervistati possiede anche altri marchi (certificazioni biologiche, marchio qualità,...);
- ✚ Il 100% degli intervistati dice che il tempo per l'ottenimento del marchio è stato molto, circa 10-12 mesi;
- ✚ Il 66% degli intervistati ha investito a livello economico circa 1000-2000 €;
- ✚ Motivazioni: Il 100% degli intervistati dice che:
 - ⊕ per trovare margini di risparmio sui costi di gestione (acqua, energia,..);
 - ⊕ per adottare una gestione più rispettosa dell'ambiente seguendo criteri di un marchio pubblico;
 - ⊕ per qualificare e valorizzare la nostra struttura anche dal punto di vista dell'attenzione all'ambiente;
 - ⊕ per sensibilizzare i nostri ospiti e proporre loro un approccio più sostenibile alla loro vacanza;
 - ⊕ perchè crediamo che il futuro sia nell'ecologico.
- ✚ Il 100% degli intervistati dice di aver avuto difficoltà di tipo burocratico, ottenimento dei certificati da parte degli enti quali ENEL, Comune, ect.
- ✚ Il 100% degli intervistati dice che si sono abbattuti i costi di esercizio e quindi i consumi di acqua, luce, gas,...
- ✚ Il 100% dice che vi è carenza di pubblicità e di segnalazioni da parte degli uffici turistici, mancanza di una vera politica di aiuto nei confronti di chi aderisce al marchio.

Quali i vantaggi concreti? ...**(fatti e non parole)**

Tutti gli intervistati hanno riscontrato,
l'abbattimento dei costi di esercizio
dettato da un consumo più oculato di
beni quali l'acqua, luce,.....

Quali sono le criticità ?

- ❁ la difficoltà nel reperire i certificati da parte di ENEL, Comune e Acquedotto Consortile;
- ❁ carenza di pubblicità e di segnalazioni da parte degli uffici turistici, mancanza di una vera politica di aiuto nei confronti di chi aderisce al marchio.



CONCLUSIONI



La promozione del territorio, coniugata con una puntuale valorizzazione dei circuiti naturalistici, permetterà una sinergia forte tra tutte le componenti locali, al fine di ottenere un **investimento vincente**.

Quindi al fine di essere competitivi, su un mercato che richiede ogni giorno delle iniziative accattivanti, quale può essere ECOLABEL, che inserito e contestualizzato in un **circuito territoriale** forte, permette la rivitalizzazione, lo slancio e la valorizzazione non solo della singola attività ricettiva, ma dell'intero territorio senza trascurare la maggiore valorizzazione che i **prodotti tipici locali** avranno.

