

Elena Cedrola

## Il turismo sostenibile nel settore alberghiero italiano: il caso EcoWorldHotel\*

### 1. *Turismo ed economia*

I dati raccolti dal World Travel Tourism Council (WTTC) relativi all'anno 2008 (tab. 1) ci consentono di comprendere come il turismo sia attualmente uno dei settori portanti dell'economia internazionale.

MONDO	2008			2018		
	US\$ BN	%Totale	Crescita	US\$ BN	%Totale	Crescita
Turismo leisure	3.212	9,2	3,0	5.460	9,4	3,5
Turismo d'affari	843	1,4	3,0	1.443	1,4	3,5
Investimenti dei governi	381	3,8	2,2	616	4,0	3,0
Capitali investiti	1.354	9,4	3,7	3.146	9,8	5,6
Esportazioni dei visitatori	1.118	5,8	3,1	2.189	5,4	5,3
Altre esportazioni	985	5,1	5,1	1.984	4,9	6,00
Domanda turistica	7.892	10,1	3,3	14.838	10,3	4,4
Industria	2.008	3,4	2,7	3.362	3,2	3,3
Turismo	5.890	9,9	3,0	10.85	10,5	4,0
Occupazione settore secondario <sup>2</sup>	80.749	2,8	2,0	97.983	3,1	2,0
Occupazione settore terziario <sup>2</sup>	238.277	8,4	2,4	296.252	9,2	2,2
1 tasso di crescita adeguato al tasso d'inflazione (%)	2 (.000 posti di lavoro)					

Tabella 1: Turismo e prodotto interno lordo mondiale (Fonte: WTTC – World Trade & Tourism Council)

Esso infatti rappresenta il 9,9% del Prodotto Interno Lordo (PIL) mondiale, anche se gli esperti di settore sono convinti che raggiungerà livelli ancora più alti nei prossimi 10 anni, grazie al contributo di investimenti provenienti sia dai governi che da investitori privati.

È sempre uno studio della WTTC, avente come obiettivo quello di analizzare l'impatto economico del turismo su 176 paesi, ad evidenziare che il settore è stato colpito solo lievemente dalla recessione che ha scosso negli ultimi anni il mondo intero. Il tasso di crescita annuale si è mantenuto positivo, passando dal 3,9% del 2007 al 3% del 2008. Le previsioni per i prossimi 10 anni mostrerebbero una crescita del 4,4% annuo, portando il turismo a una quota del 10,5 del PIL mondiale.

La vivacità del settore è favorita dal fatto che sempre più sono le persone interessate a viaggiare per motivazioni differenti: lavoro, riposo, benessere, avventura, divertimento. Inoltre, dall'incremento della domanda proveniente da paesi emergenti come India, Cina ed altri dell'Est Europeo (tab. 2 e 3), nonché dallo sviluppo di nuove destinazioni turistiche (come testimoniato dai dati sull'occupazione nel settore turistico presentati in tabella 2).

SU SCALA MONDIALE		SU SCALA OCCUPAZIONALE		PREVISIONI 2008-2018	
Paesi che hanno generato un alto volume di domanda turistica nel 2008		Paesi che hanno il più alto tasso d'occupazione nel turismo		Paesi che cresceranno di più tra il 2008 e il 2018	
Domanda turistica 2008 (US\$ bn)		Domanda turistica 2008 (.000 posti di lavoro)		Domanda turistica 2008-18 (% di crescita annua)	
1	USA 1.747,5	1	Cina 74.498	1	India 9,4
2	Cina 592	2	India 30.491	2	Cina 8,9
3	Giappone 514,3	3	USA 14.933	3	Libia 8,1
4	Germania 505,7	4	Giappone 6.833	4	Vietnam 8,1
5	Francia 418,8	5	Messico 6.633	5	Montenegro 7,4
6	UK 403,7	6	Indonesia 5.936	6	Romania 7,1
7	Spagna 338,2	7	Brasile 5.500	7	Macau 7,1
8	Italia 302,9	8	Vietnam 4.891	8	Namibia 6,9
9	Canada 231,4	9	Russia 4.126	9	Croazia 6,9
10	Messico 57,6	10	Tailandia 3.911	10	Rep. Ceca 6,8

Tabella 2: Andamento della domanda turistica internazionale (Fonte: WTTC – World Trade & Tourism Council)

ARRIVI (milioni)						
	2000	2005	2007	2008	2009	2010*
MONDO	682	805	908	913	877	935
Europa	392,4	441,6	488	480,8	456,9	471,5
Asia e Pacifico	109,3	154,7	185,4	184,1	181	203,8
America	128,2	133,4	142,5	147,8	140,5	151,2
Africa	27,9	37,3	44,9	44,4	45,8	48,7
Medio Oriente	24,4	37,8	47,5	55,9	52,7	60

\* stima

Tabella 3: Andamento della domanda turistica nell'ultimo decennio (Fonte: elaborazione su dati UNWTO, World Tourism Barometer, 2011)

Anche in Italia il turismo rappresenta uno dei settori più rilevanti dell'economia. La tabella di seguito riportata (tab. 4) descrive la crescita del turismo italiano, soprattutto come comparto che impiega un numero sempre crescente di individui.

SITUAZIONE TURISMO IN ITALIA			
2009		FRA 10 ANNI	
9,6 %	PIL	10,2 %	↑
10,6%	OCCUPAZIONE	11,4 %	↑
- 4,4 %	CRESCITA	1,9 % ANNUO	↑
11,7 %	ESPORTAZIONI	10,4 %	↓

Tabella 4: Rilevanza del turismo per l'economia italiana (Fonte: elaborazione su dati UNWTO, World Tourism Barometer, 2011)

Indubbiamente le condizioni dell'economia hanno condizionato e continueranno ad influenzare l'andamento del turismo, anche se, come già osservato, si tratta di uno dei settori che meglio ha resistito alla crisi economico-finanziaria che ha investito i mercati internazionali.

Risulta difficile tracciare stabili previsioni per l'immediato futuro. Tuttavia vi è chiarezza su alcuni trend internazionali tra i quali la riduzione dei periodi di permanenza e l'attenzione alla sostenibilità delle attività turistiche. Infatti, il turista è sempre più informato riguardo ai problemi del pianeta e la sostenibilità sembra progressivamente divenire uno degli elementi fonda-

mentali nella scelta di un viaggio. Tale fenomeno è anche legato all'evoluzione del significato del turismo per gli individui: qualche decennio fa si trattava di un comportamento elitario, per pochi, mentre oggi ci troviamo di fronte ad un'attività che rappresenta una sorta di "bene di prima necessità". Il turismo è divenuto un bisogno infungibile, si registrano movimenti di dimensione anche internazionale, verso nuovi territori, che possono in alcuni casi determinare una pressione antropica sul territorio.

## 2. *Le dimensioni della sostenibilità del turismo*

Numerosi sono gli enti internazionali e le associazioni che nel corso degli anni si sono occupati di sostenibilità delle attività turistiche<sup>1</sup>.

Del concetto di sostenibilità e sviluppo si è iniziato a discutere ufficialmente in occasione della Conferenza delle Nazioni Unite tenutasi a Stoccolma nel 1972. In essa sono state tracciate le linee guida ed i principi fondamentali per i Ministeri dell'ambiente dei paesi aderenti all'iniziativa. Inoltre in quel contesto è stato varato l'UNEP (United Nations Environment Programme), con lo scopo di coordinare e promuovere l'attività dell'ONU in campo ambientale.

È datato 1980 il rapporto *World Conservation Strategy. A Strategy for Sustainable Living*, pubblicato dall'UNEP insieme al WWF (World Wildlife Fund) e al IUCN (International Union for Conservation of Nature). Il rapporto esprime una prima definizione di sviluppo sostenibile, che prevede il mantenimento dei processi ecologici essenziali per la produzione di alimenti, la salvaguardia della diversità genetica nel mondo animale e vegetale, nonché lo sviluppo degli ecosistemi.

Del 1983 è l'istituzione del WECD (World Commission on Environment and Development) e del 1987 il Rapporto Brundtland *Our Common Future* delle Nazioni Unite, che ufficializza

<sup>1</sup> Cfr. M. Confalonieri, *Il turismo sostenibile*, Torino, Giappichelli, 2008.

il concetto di sviluppo sostenibile: «Lo sviluppo è sostenibile se soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere le possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri bisogni».

Altro pilastro per la definizione del concetto di sviluppo sostenibile è il Summit Mondiale di Rio de Janeiro del 1992 (United Nation Conference on Environment and Development) che ha dato avvio ad un nuovo approccio del settore turistico alla sostenibilità.

In occasione poi della Conferenza Mondiale sul turismo sostenibile tenutasi a Lanzarote nell'aprile del 1995 sono stati stabiliti alcuni punti focali in tema di sostenibilità del turismo, nonché una serie di raccomandazioni che hanno per destinatari organizzatori di viaggi, comunità ospitanti e turisti.

L'anno 2002 è dedicato al turismo sostenibile e all'ecoturismo (Summit Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile tenutosi a Johannesburg).

Da ultimo, il 2004 vede la definizione dello sviluppo sostenibile del turismo (UNWTO), da cui è possibile far evincere le tre dimensioni importanti nella determinazione di un percorso di sostenibilità per un operatore turistico (fig. 1):

- la sostenibilità economica, intesa come redditività economica derivante dalle attività poste in essere;
- la sostenibilità sociale, che attiene al rispetto dei diritti umani e all'equa distribuzione dei profitti;
- la sostenibilità ambientale, che si sostanzia nella tutela e nella gestione delle risorse al fine di minimizzare l'inquinamento di aria, acqua, sottosuolo, conservando diversità biologiche e patrimonio naturale.

Questi tre elementi, che costituiscono il focus per le attività d'impresa nel settore, rappresentano nel contempo una opportunità ed una sfida, soprattutto per coloro che già da tempo operano nel turismo focalizzandosi sul soddisfacimento del criterio di sostenibilità economica.

Numerose occasioni per iniziare ad operare coniugando i tre criteri derivano dalla collaborazione tra imprese. In primis

per attivare la sensibilizzazione del turista sulla tematica (vedi fig. 2 – Campagna di sensibilizzazione ASTOI) e, secondariamente, per adottare misure gestionali e di servizio sostenibili, sia dal punto di vista ambientale che sociale, che economico.

### *3. Il settore alberghiero e la sostenibilità*

Gli alberghi costituiscono un ambito privilegiato per l'avvio di percorsi di sostenibilità, in particolare con riferimento al consumo di risorse, sia da parte degli operatori che dei clienti.

Se per una catena alberghiera risulta agevole la diffusione uniforme e capillare dei criteri di sostenibilità attraverso ogni struttura e soggetto che al suo interno opera, maggiori sono le difficoltà incontrate da imprese isolate o, ancora peggio, da alberghi di piccole dimensioni.

Parlando di Italia, la frammentazione delle strutture e la loro piccola dimensione è una delle caratteristiche principali. Ne consegue, operando un confronto con grandi gruppi alberghieri internazionali, non solo una maggior difficoltà a contenere i costi (derivanti ad esempio da economie di scala negli acquisti), ma anche una maggior problematicità nell'affrontare il cammino verso la sostenibilità sociale ed ambientale.

Entrando nello specifico della sostenibilità ambientale, non sempre le soluzioni disponibili adottabili sono realmente percorribili, in quanto costose e difficili da raggiungere. Il riferimento è fatto ai principali strumenti volontari di certificazione, quali: i codici di condotta, le guide di buona pratica, le eco etichette, la certificazione ISO 14001, l'EMAS.

I codici di condotta e le guide di buona pratica non sono altro che norme di comportamento auspiccate per poter affrontare il percorso verso la sostenibilità aziendale. Si sostanziano generalmente in brevi documenti che contengono alcuni principi gestionali che l'azienda attua in un'ottica di sostenibilità del proprio business. Proprio per il fatto di non essere comunemente condivisi,

certificati da un organismo terzo o dotati di marchio ufficiale, la loro efficacia è ridotta rispetto alle altre tipologie di strumento.

Le eco-etichette (ECOLABEL – fig. 3) sono uno strumento di orientamento per i consumatori, in quanto identificano prodotti e servizi a basso impatto sull'ambiente, in base a criteri concordati tra tutti i paesi membri dell'Unione Europea. L'Ecolabel del turismo è nato nel 2003, quando la Commissione Europea ha esteso l'applicabilità del marchio comunitario di qualità ecologica ai servizi di ricettività turistica.

La possibilità di potersi fregiare del marchio non deriva da un'autocertificazione, bensì da una verifica da parte di una terza parte indipendente. La concessione del marchio è fondata sul rispetto scrupoloso di una serie di criteri che consentono alle strutture di distinguersi per l'impegno verso la salvaguardia dell'ambiente e della salute umana. Tali criteri sono 84: 37 obbligatori e 47 opzionali. Attengono al risparmio energetico, alla raccolta differenziata, al minor consumo di detersivi, alla gestione e al risparmio idrico.

I costi per sostenere l'ottenimento e il mantenimento dell'Ecolabel si dividono in: spese iniziali, spese di istruttoria e diritti annuali.

La certificazione ISO 14001 e l'EMAS sono sistemi di gestione ambientale (fig. 4).

Il sistema comunitario di ecogestione e audit EMAS (Ecomanagement and Audit Scheme) è ad adesione volontaria per le imprese e le organizzazioni che desiderano impegnarsi a valutare e migliorare la propria efficienza ambientale<sup>2</sup>. In Italia l'organismo competente per il rilascio della certificazione è l'ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale). L'ottenimento della certificazione è subordinato ad un'analisi ambientale delle attività svolte dall'impresa che la richiede, alla realizzazione di un sistema di gestione ambientale, all'effettuazione di una valutazione di efficacia, alla predisposizione di una dichiarazione

<sup>2</sup> ISPRA – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale, <http://www.apat.gov.it> (ultima consultazione 1 luglio 2011).

ambientale, al superamento di una verifica da parte di un verificatore accreditato EMAS, alla registrazione della dichiarazione di conformità presso l'organismo competente.

Ottenuta la registrazione l'impresa riceve un numero che la identifica nel registro europeo e ha diritto ad utilizzare il logo EMAS e a mettere a disposizione del pubblico la dichiarazione ambientale, utilizzandola anche come strumento di marketing.

La norma internazionale di certificazione ambientale ISO 14001 fu pubblicata per la prima volta nel 1996 ed è stata soggetta a revisione nel 2004. Si tratta di una norma internazionale a carattere volontario, applicabile a tutte le tipologie di imprese, che definisce come deve essere sviluppato un efficace sistema di gestione ambientale. Viene rilasciato da un organismo indipendente e accreditato e garantisce la capacità di un'organizzazione di gestire i propri processi non solo nel rispetto delle norme ambientali, ma dotandosi di una vera e propria politica ambientale. La norma internazionale ISO 14001 è stata recepita anche dal regolamento EMAS e ne è parte integrante. Gli organismi di certificazione sono controllati dal SINCERT e sono generalmente gli stessi che operano nell'ambito dei sistemi di qualità.

Per un'azienda turistica dotarsi di un sistema di gestione ambientale secondo lo standard ISO 14001 comporta essenzialmente quattro attività:

- analizzare, con il coinvolgimento della direzione aziendale e di tutti i dipendenti, gli impatti ambientali dell'operatività d'impresa, individuandone i punti critici;
- definire, sulla base della precedente analisi, gli obiettivi di miglioramento continuo;
- dotare l'impresa di un'organizzazione e di procedure di controllo idonee;
- verificare la conformità del proprio sistema di gestione alle norme e richiedere ad un ente terzo la certificazione secondo le norme ISO 14001.

Poche strutture italiane hanno avuto concretamente la possibilità di ottenere tali certificazioni, a causa di alcuni limiti insiti nella normativa: tra alcuni criteri obbligatori sarebbero richiesti



interventi molto costosi e in alcuni casi incompatibili con i criteri di conservazione delle caratteristiche architettoniche previste dalla normativa italiana.

Nessuna o poche speranze, dunque, per le piccole e medie imprese italiane del settore?

#### 4. *Alberghi sostenibili in Italia: il caso EcoWorldHotel*

La qualità ambientale delle località e delle strutture ricettive sta progressivamente acquisendo rilievo nella scelta delle destinazioni, soprattutto da parte dei giovani viaggiatori. I risultati di un'indagine sul turismo sostenibile condotta da TripAdvisor, la community di Expedia, evidenzia che l'11% dei viaggiatori intervistati ha già preso parte a vacanze "verdi", mentre un quarto sta prendendo in considerazione questa possibilità. Ancora, il 76% pensa che i fattori legati all'eco-sostenibilità dei viaggi facciano la differenza nella scelta della vacanza. Il 38% ha dichiarato di aver scelto un hotel rispettoso dell'ambiente, ad esempio per il risparmio energetico e l'uso di carta riciclata<sup>3</sup>.

Nel settore alberghiero italiano un caso innovativo e di successo è rappresentato dal progetto realizzato da EcoWorldHotel, il primo gruppo italiano di alberghi e bed & breakfast amici dell'ambiente. Il gruppo è nato per iniziativa di una decina di strutture ricettive nel novembre del 2007. Ad oggi sono affiliate ben 107 strutture tra alberghi da 1 a 5 stelle, bed & breakfast, villaggi, *wellness resort*, agriturismi, dimore storiche, residence, case vacanza, ville, appartamenti, affittacamere ed ostelli.

La sua nascita è finalizzata ad incoraggiare e sostenere le singole strutture ad impegnarsi concretamente per l'ambiente, riducendo l'impatto sul territorio delle attività correlate alla loro gestione. L'idea ambiziosa, ma semplice nel contempo, prevede la realizzazione di un percorso di crescita delle singole strutture,

<sup>3</sup> Cfr. R. Sias, *L'Italia pensa agli hotel ecologici*, in «Il sole 24 ore», 27 marzo 2008.

perseguendo contemporaneamente i tre filoni della sostenibilità sopra citati. Un percorso che incoraggi i singoli partecipanti a perseguire una politica di piccoli passi continui, rispettosa delle risorse disponibili e delle location delle singole strutture, a differenza di quanto previsto dagli altri marchi illustrati nel paragrafo precedente. Infatti, il loro ottenimento richiede ingenti investimenti e ristrutturazioni da parte degli albergatori, non realizzabili nel breve tempo. Per questa motivazione il nucleo fondatore del gruppo pensò di creare un marchio di qualità ambientale *bottom up*, nato dagli albergatori per gli albergatori. In tal modo la gestione ambientale risulta assolutamente concreta e fattibile, in quanto gli albergatori conoscono esattamente le esigenze e le problematiche legate alla gestione della loro attività alberghiera.

Un'altra motivazione che ha influenzato gli ideatori del progetto è stata la volontà di volersi differenziare dall'offerta alberghiera presente nella maggior parte delle città italiane, comunicando chiaramente al consumatore-turista la scelta di essere un albergo ecologico.

Il logo di EcoWorldHotel (fig. 5) rappresenta e comunica visivamente la *mission* del gruppo: si tratta di una eco-foglia caratterizzata dall'unione della natura con il mondo alberghiero, rappresentato da una rete ricamata sulla parte superiore, a richiamo del legame che unisce le diverse strutture alberghiere che aderiscono al gruppo.

EcoWorldHotel è un marchio di qualità ambientale del quale possono fregiarsi tutte le strutture ricettive impegnate nell'attuazione di misure volte al miglioramento della gestione delle proprie attività, in un'ottica di risparmio energetico, rispetto dell'ambiente naturale e del territorio circostante. Il requisito fondamentale per un hotel che voglia far parte del gruppo è quello di dimostrare sensibilità ambientale e avere una mentalità predisposta al cambiamento e alle novità. EcoWorldHotel suddivide gli alberghi del gruppo in cinque diversi livelli (come se fossero le stelle che indicano la categoria di una struttura alberghiera), simboleggiati ciascuno da un numero crescente di eco-foglie, ad indicare il diverso impegno ambientale che caratterizza ogni struttura.

Per la classificazione in cinque eco-foglie sono previsti differenti requisiti, suddivisi in obbligatori e facoltativi, a ciascuno dei quali è associato un punteggio, tanto più elevato quanto più è l'impatto ambientale al quale ci si propone di fornire una soluzione. I requisiti, sia obbligatori che facoltativi, sono soggetti ad un aggiornamento costante, alla luce dell'evoluzione normativa nazionale e comunitaria.

Nello specifico, per far parte del gruppo devono essere rispettati 15 requisiti obbligatori (ottenimento di 1 eco-foglia). Per conseguire le ulteriori eco-foglie è poi possibile effettuare una scelta tra i 150 requisiti facoltativi previsti, chiaramente quelli più idonei alle caratteristiche della propria struttura ricettiva (fig. 6).

COMUNICAZIONE
1) Presenza di Responsabile dell'Ambiente e della Qualità
2) Presenza di cartellette con eco-consigli nelle camere, tradotte in 5 lingue straniere
3) Targa EcoWorldHotel esposta in modo ben visibile all'ingresso della struttura
4) Presenza di espositori e quadretto EcoWorldHotel negli spazi comuni
5) Utilizzo di Carta Ecologica per usi cancelleria (almeno 50%)
6) Informativa sui mezzi di trasporto pubblici
RISPARMIO ENERGETICO
7) Controllo quotidiano circa eventuali sprechi di risorse, in particolare impianto idrico
8) Utilizzo di lampadine in classe A
9) Redazione di un Piano Energetico Annuale e relativi controlli di applicazione
10) Manutenzione caldaie e/o climatizzatori
11) Responsabilizzazione della clientela su frequenza del cambio asciugamani
SMALTIMENTO DEI RIFIUTI
12) Raccolta differenziata
PULIZIA ED IGIENE
13) Utilizzo di detersivi e prodotti per la pulizia eco-compatibili
14) Formazione del personale per il loro utilizzo
MENU'
15) Utilizzo di prodotti tipici locali per ridurre l'utilizzo di imballaggi e il costo di trasporto

Tabella 5: I 15 requisiti obbligatori EcoWorldHotel

I requisiti obbligatori riguardano sia interventi a carattere fisico che gestionale, la cui soddisfazione è considerata condi-

zione irrinunciabile per accedere al primo livello del contrassegno ecologico. La scelta di tali interventi cerca di coniugare, da un lato, l'esigenza di garantire fin dai primi passi un impegno serio da parte dell'albergatore e, dall'altro, la necessità di rendere l'iniziativa finanziariamente sostenibile. I requisiti obbligatori, di seguito dettagliati (tab. 5), attengono alle aree della comunicazione, del risparmio energetico, dello smaltimento rifiuti, della pulizia ed igiene e del menù.

Alla categoria dei requisiti facoltativi appartengono le restanti linee di intervento, la cui implementazione darà diritto ad un marchio contraddistinto da un numero maggiore di eco-foglie, fino alla possibilità di avvicinarsi all'ottenimento di certificazioni quali la ISO 14101, l'EMAS o la Ecolabel.

Di seguito alcuni esempi di requisiti facoltativi con il relativo punteggio:

- installare il meccanismo di spegnimento automatico dell'impianto di condizionamento (4-5 punti);
- utilizzare acqua piovana (5 punti);
- utilizzare materiale ecologico per l'arredamento in legno (5 punti);
- utilizzare energia elettrica proveniente al 10% da fonti rinnovabili (4 punti);
- isolare adeguatamente gli edifici esistenti (8 punti);
- collocare cestini per la raccolta differenziata nelle camere (6 punti).

Per verificare il rispetto dei requisiti da parte delle strutture ricettive affiliate EcoWorldHotel effettua controlli attraverso propri incaricati abilitati all'ispezione.

#### 4.1. *I vantaggi per gli associati*

Come è possibile evincere da quanto finora illustrato, i vantaggi derivanti dall'appartenenza al gruppo sono numerosi. Non solo si intraprende un percorso volto al miglioramento progressivo dell'approccio con l'ambiente, ma si lavora anche sull'econo-

micità della gestione e sulla riconoscibilità dell'offerta turistica. Infatti, in primis, le strutture che fanno parte del gruppo non sono soggette a standardizzazione in quanto si tende a promuovere il miglioramento di quanto già esiste. Ogni associato mantiene dunque la propria individualità ed autonomia.

Dal punto di vista dell'informativa e delle economie gestionali, le imprese aderenti al gruppo fanno parte, a tutti gli effetti, di un gruppo di acquisto. L'appartenenza allo stesso si rivela di grande utilità non solo ai fini del reperimento delle informazioni circa i prodotti e le loro caratteristiche («sempre più persone vorrebbero acquistare prodotti eco- compatibili, tuttavia hanno difficoltà a reperirli e spesso non ne conoscono qualità e affidabilità»), ma anche per l'acquisto vero e proprio, beneficiando di prezzi più bassi, giustificati appunto dall'acquisto in comune.

Il sito internet del gruppo, strutturato anche per il *booking on line*, prevede commissioni molto basse per l'albergatore. Inoltre, è stato predisposto dall'ufficio marketing centrale un sistema di fidelizzazione della clientela attraverso la distribuzione di *eco-card*, che danno la possibilità ai clienti della catena di ottenere sconti per il *booking on e off line*.

I materiali pubblicitari ed espositivi sono realizzati per soddisfare le esigenze di comunicazione di tutti gli associati, i quali, per far parte del circuito, devono pagare oneri di affiliazione decisamente contenuti.

La catena svolge poi un'importante funzione nel campo della comunicazione e del marketing. Il gruppo propone regolarmente agli associati numerose attività, tra cui:

- la partecipazione a fiere di settore, riducendo i costi che un singolo imprenditore dovrebbe sostenere presenziando con un proprio stand;
- la pubblicità con il marchio di gruppo sulle principali testate di settore e riviste nazionali;
- azioni di co-marketing con alcune aziende multinazionali (si veda un esempio in figura 7);
- servizi di consulenza tramite accesso ad un portale dedicato;
- la promozione di iniziative culturali, workshop e convegni

- riguardanti tematiche relative alla sostenibilità e all'ambiente;
- lo svolgimento di azioni di marketing territoriale;
  - un *focus* sul segmento giovani, mediante la presenza sui principali social networks, uno spot TV che va in onda su One Minute TV, l'organizzazione di happy hours *EcoCocktails: meet the green*.

Altre iniziative specifiche vengono realizzate dalle singole strutture, le quali, una volta sperimentate, ne diffondono il modello all'interno del gruppo: ne sono un esempio le *ecologic room* o gli eco-pacchetti. Tutto all'insegna dell'incontro con l'ambiente a piccoli passi.

In definitiva nel campo dell'ospitalità, dove da tempo non si assiste a cambiamenti rivoluzionari ed innovativi, la proposta di EcoWorldHotel si rivela un ottimo percorso per avvicinare le strutture ed il pubblico ai temi della sostenibilità. Per un cliente scegliere un albergo eco-sensibile del gruppo significa scegliere responsabilmente di adottare comportamenti che non danneggiano l'ambiente, vacanze comprese. Per un operatore turistico aderire alla catena significa invece incamminarsi lungo una strada che coniuga sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

### *Riferimenti bibliografici*

M. Confalonieri, *Il turismo sostenibile*, Torino, Giappichelli, 2008.

R. Sias, *L'Italia pensa agli hotel ecologici*, in «Il sole 24 ore», 27 marzo 2008.

Elena Cedrola  
(elena.cedrola@unimc.it)  
Università degli Studi di Macerata

\* *L'autore ringrazia Valentina Rigamonti dell'Università Cattolica di Milano per la raccolta del materiale utilizzato per la realizzazione di questo contributo.*

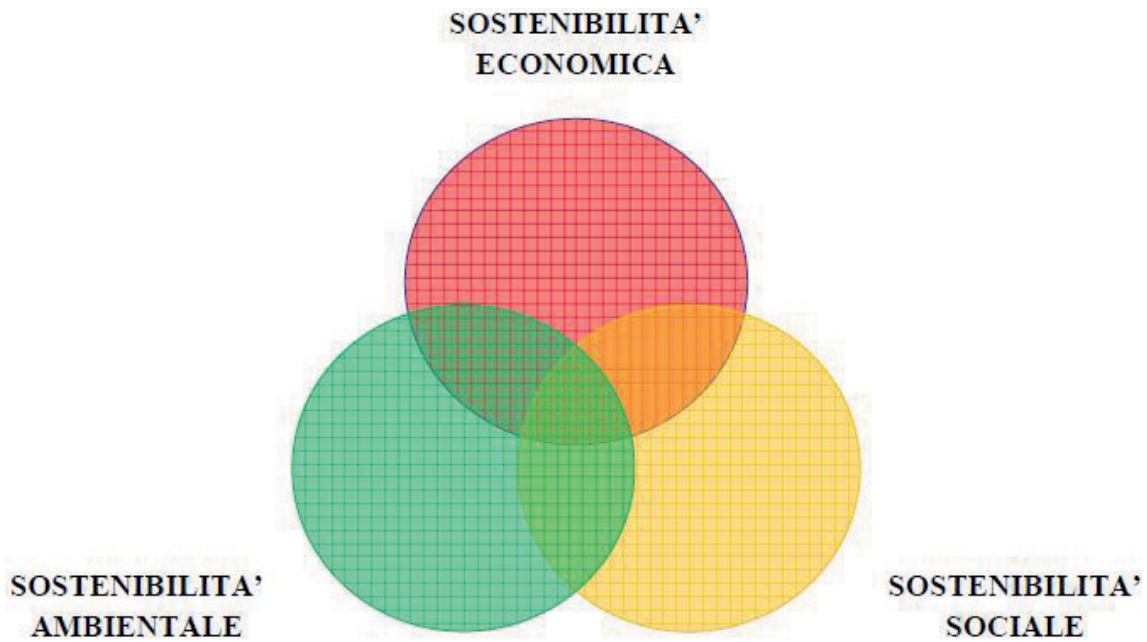


Figura 1: Le tre dimensioni della sostenibilità nel settore turistico

“QUANDO VAI IN VACANZA, NON LASCIARE A CASA IL CERVELLO. Viaggia sempre con coscienza. Rispetta la natura, la religione, la cultura con le quali entrerai in contatto. Un viaggio apre la mente. Non chiuderla prima di partire.”

A close-up portrait of a man with grey hair and a serious expression. A rectangular stamp with the text 'CHIUSO PER FERIE' is placed on his forehead. At the bottom of the image, there is a red banner with the ASTOI logo and the same text as in the adjacent box.

Figura 2: Campagna di sensibilizzazione ASTOI – Associazione Tour Operator Italiani



Figura 3: Il logo Ecolabel



Figura 4: I loghi Emas e Iso 14000



Figura 5: Il logo EcoWorldHotel






NUMERO ECO-FOGLIE	REQUISITI OBBLIGATORI	REQUISITI FACOLTATIVI
	15 requisiti obbligatori	-----
	15 requisiti obbligatori	da 60 punti
	15 requisiti obbligatori	da 120 punti
	15 requisiti obbligatori	da 180 punti
	15 requisiti obbligatori	da 240 punti

Figura 6: La classificazione delle strutture EcoWorldHotel in base alle eco-foglie



Figura 7: Un esempio di co-marketing EcoWorldHotel e Garnier