



Centro Ricerche sul Turismo (CRT)



# Itinerari turistico-responsabili: strumenti per attivare percorsi di qualità



Oristano 27 Maggio 2008



Centro Ricerche sul Turismo (CRT)



# Qualità e protezione dell'ambiente nel settore turistico

## Lorenzo Spanedda

Oristano 27 Maggio 2008

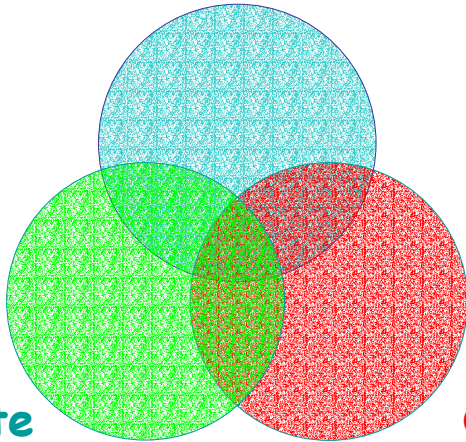
Secondo le stime riportate nel Rapporto 2006 del WTTC (*World Travel & Tourism Council*) circa il **10,3%** del PIL mondiale è imputabile al turismo e circa l'**8,2%** dei lavoratori al mondo è impiegato nell'industria turistica.

Il "*The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007*" pubblicato dal *World Economic Forum* lancia un forte segnale di allarme sulla capacità competitiva del settore turistico in Italia, relegando il nostro Paese al **33°** della classifica mondiale.

Sebbene l'Italia sia il Paese con il maggior numero di siti (**43**) dichiarati Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*), la sua competitività sui mercati globali è seriamente minacciata dalla mancanza di una vera e propria politica di promozione del turismo.

"La crescita turistica del mercato italiano nel 2007 è stata pari a zero" (Bernabò Bocca, Presidente Federalberghi).

**Turismo**



**Ambiente**

**Qualità**

Diversi sono gli elementi che concorrono a creare la qualità nel settore:

il potenziale turistico espresso dalle risorse locali (naturali, culturali, enogastronomiche ecc.);

la qualità delle strutture ricettive (alberghi, ristoranti ecc.);

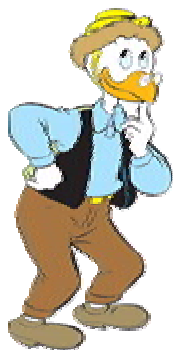
la qualità delle strutture commerciali e di intermediazione (agenzie di viaggi, *tour operator* ecc.);

la qualità dei servizi accessori (trasporti, banche, sanità).

La Qualità è uno strumento sempre più indispensabile nella strategia delle organizzazioni, pubbliche o private, indipendentemente dal settore in cui si esplica la loro attività; essa è diventata ormai un'esigenza e rappresenta un fattore critico di successo.

Anche le imprese che operano nel settore turistico-ricettivo, che si trovano a fronteggiare una concorrenza crescente, devono considerare la necessità di adottare tutte le iniziative che consentano di soddisfare le aspettative di clienti sempre più esigenti.

L'obiettivo principale delle imprese turistico-ricettive è la soddisfazione dei propri clienti, che richiedono servizi caratterizzati da standard di qualità di un certo livello, come ad esempio attenzione al cliente, personale sempre in ordine, puntuale rispetto di quanto concordato in fase di prenotazione e gestione soddisfacente degli eventuali disservizi.



Mumble,  
mumble

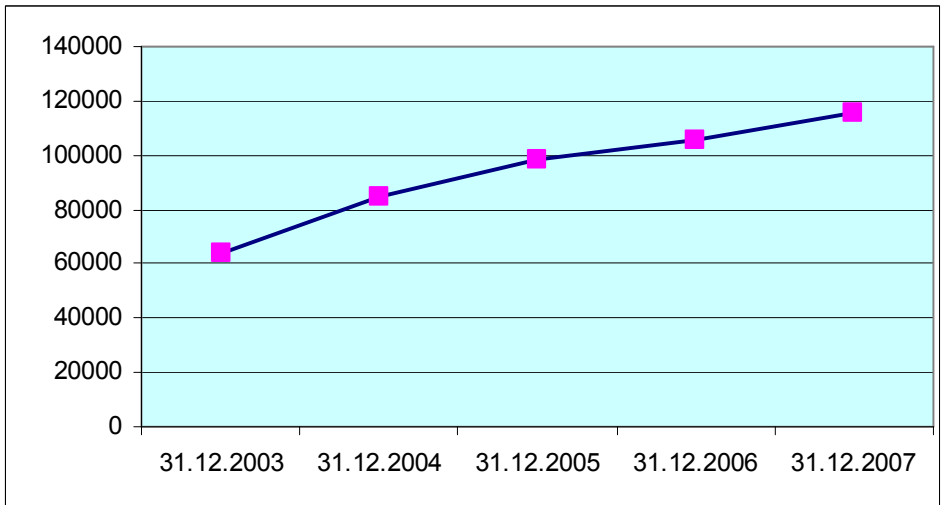
**Norma di sistema**



**Norma di servizio**

**UNI EN ISO 9001:2000**





**Andamento delle certificazioni UNI EN ISO 9001:2000 in Italia**

## Organizzazioni certificate al 30-4-2008

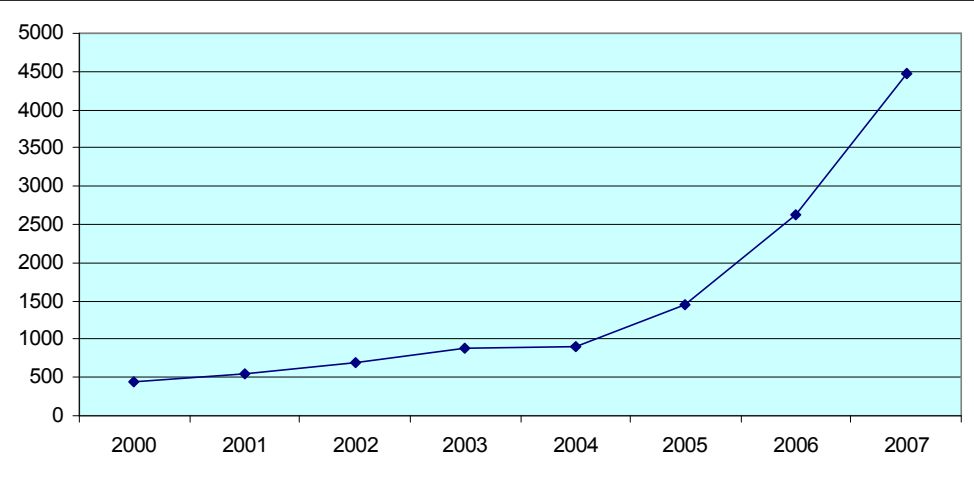
NORMA	Siti Produttivi	Certificati
AVSQ MIA	4	3
UNI EN 9100:2005	200	136
UNI EN ISO 13485:2004	1.531	1.303
UNI EN ISO 3834:2006	156	136
<b>UNI EN ISO 9001:2000</b>	<b>116.277</b>	<b>88.328</b>
UNI EN ISO 14001:2004	12.318	7.842
OHSAS 18001:1999	1.207	582
BS OHSAS 18001:2007	0	0
ISO 27001:2005	212	106
<b>TOT</b>	<b>131.905</b>	<b>98.436</b>
<b>EA 30</b>	<b>1.069</b>	<b>0,9%</b>



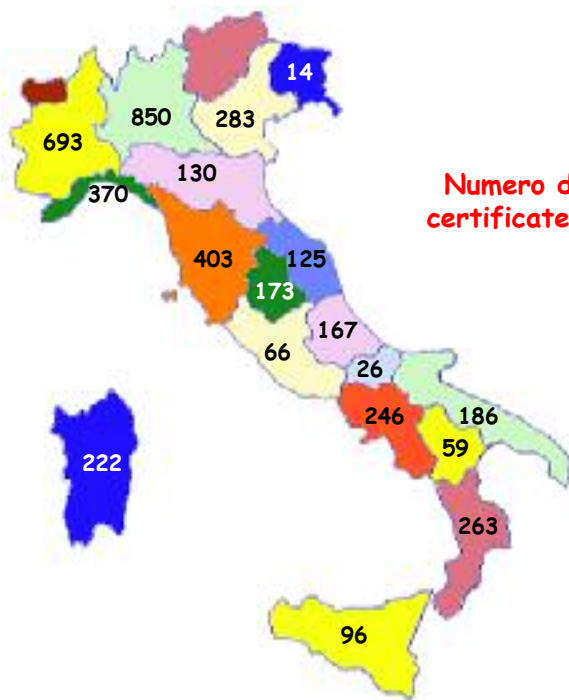
OSPITALITÀ ITALIANA  
QUALITY APPROVED



**MARCHIO DI QUALITÀ**

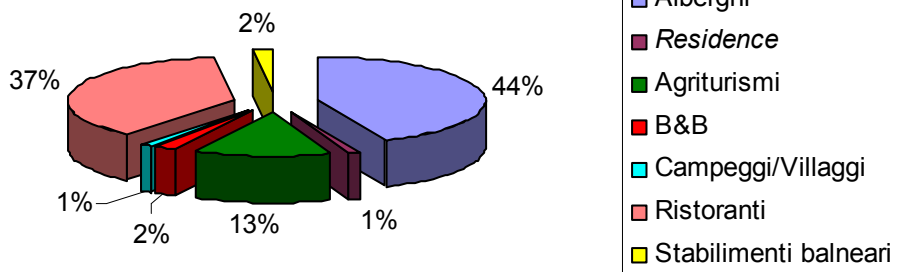


**Andamento delle certificazioni con il Marchio Ospitalità Italiana**

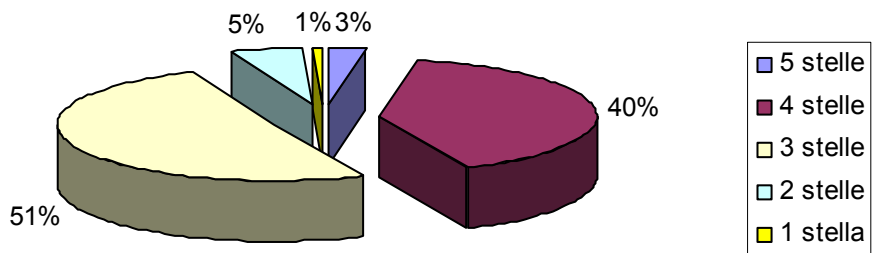


**Numero di strutture certificate per Regione**



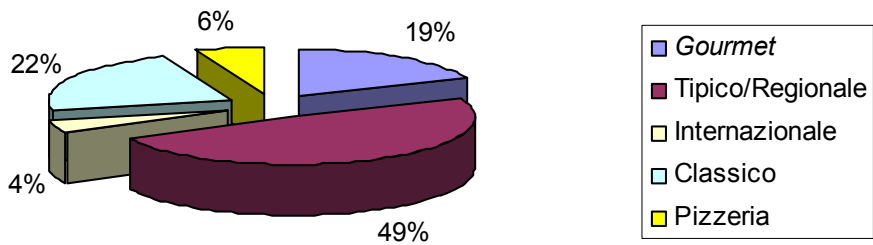


**Strutture cha hanno ottenuto il Marchio Ospitalità Italiana**



**Alberghi che hanno ottenuto il Marchio Ospitalità Italiana**





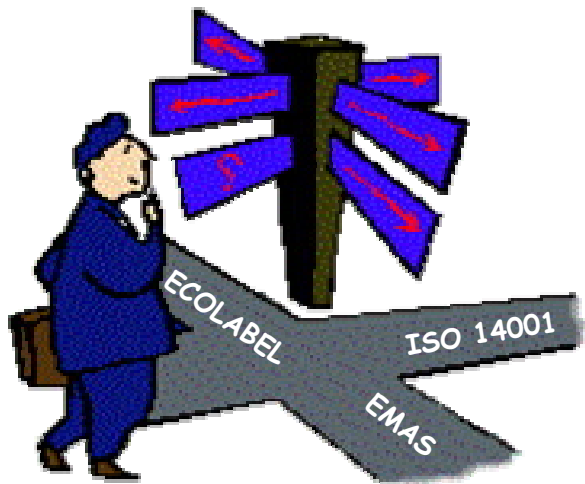
**Ristoranti che hanno ottenuto il Marchio Ospitalità Italiana**

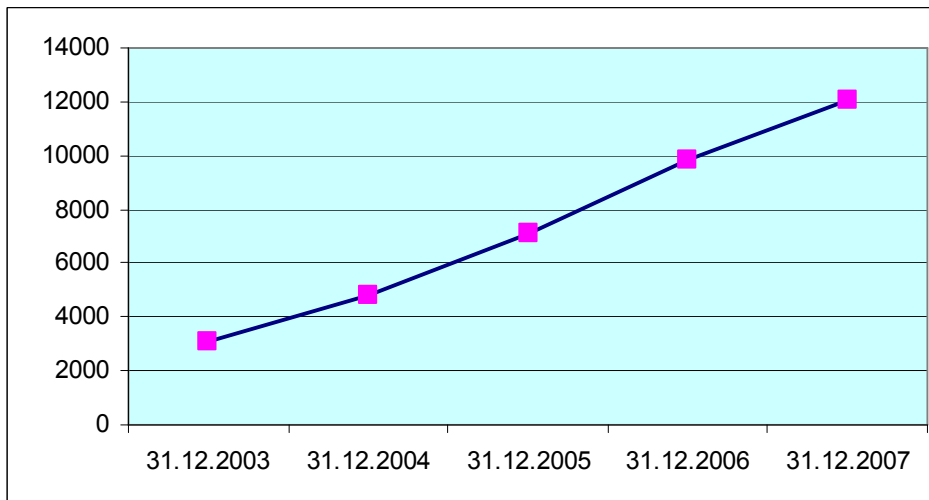


L'industria usa il territorio, mentre l'impresa turistica vive del territorio in cui opera.

Il successo di un'impresa turistica dipende in maniera determinante dalla gestione del territorio.

Molti clienti acquistano prodotti di industrie rumorose, inquinanti ecc., ma nessuno acquisterebbe una vacanza in un contesto rumoroso, inquinato e così via.





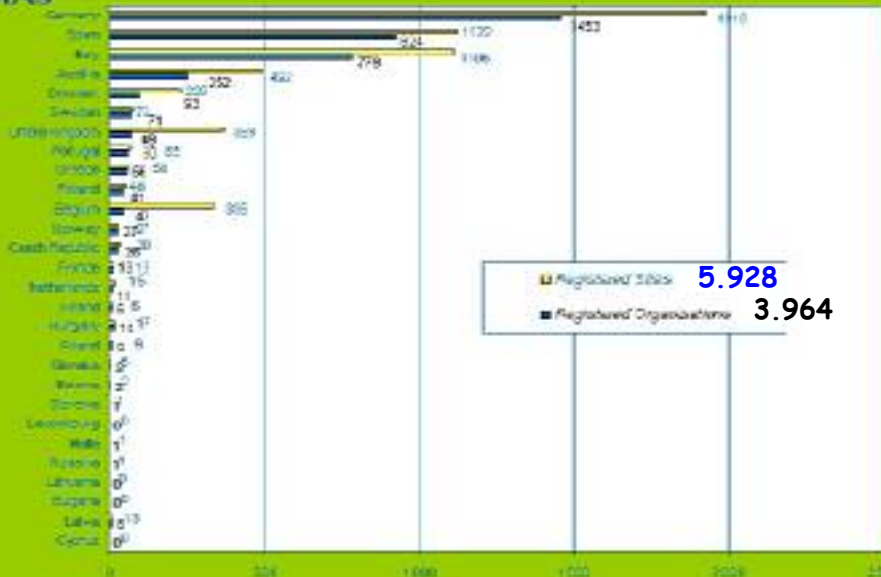
**Andamento delle certificazioni UNI EN ISO 14001 in Italia**

## Organizzazioni certificate al 30-4-2008

NORMA	Siti Produttivi	Certificati
AVSQ MIA	4	3
UNI EN 9100:2005	200	136
UNI EN ISO 13485:2004	1.531	1.303
UNI EN ISO 3834:2006	156	136
UNI EN ISO 9001:2000	116.277	88.328
<b>UNI EN ISO 14001:2004</b>	<b>12.318</b>	<b>7.842</b>
OHSAS 18001:1999	1.207	582
BS OHSAS 18001:2007	0	0
ISO 27001:2005	212	106
<b>TOT</b>	<b>131.905</b>	<b>98.436</b>
<b>EA 30</b>	<b>535</b>	<b>4,3%</b>



## EMAS ORGANISATIONS AND SITES 13/3/2008





APAT

Agenzia per la protezione dell'ambiente e per i servizi tecnici



Elaborazioni grafiche del 31/12/2007

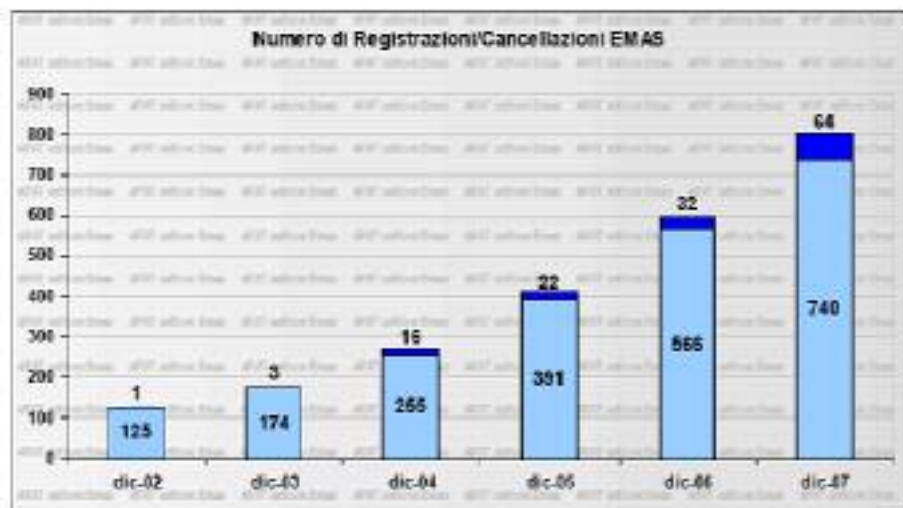
Servizio Certificazioni Ambientali - Settore EMAS



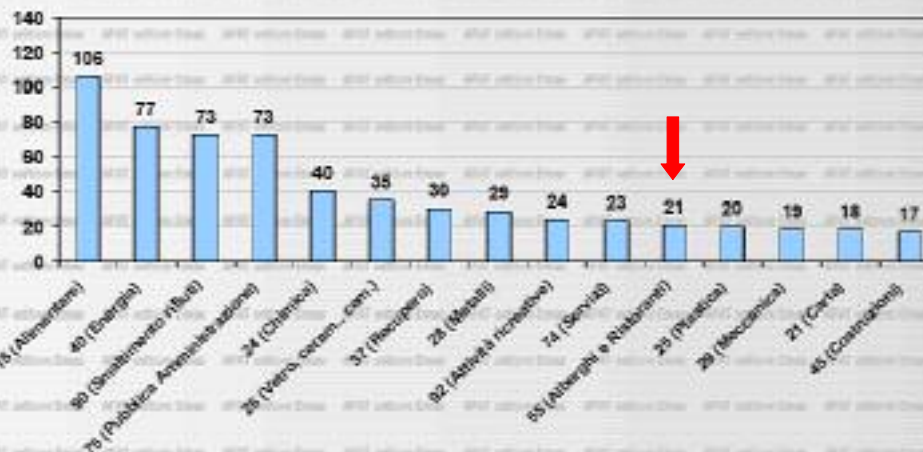


APAT

Agenzia per la protezione dell'ambiente e per i servizi tecnici

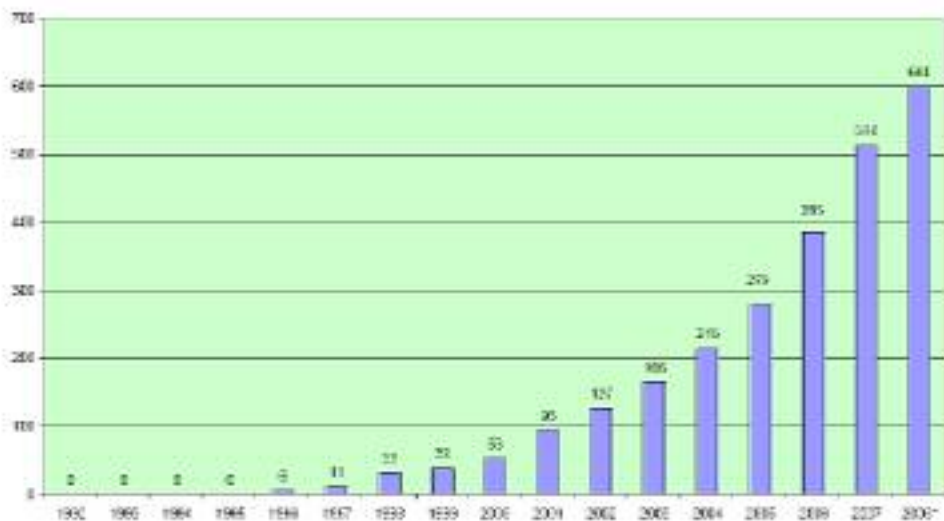


Distribuzione delle RegISTRAZIONI EMAS per codice NACE prevalente



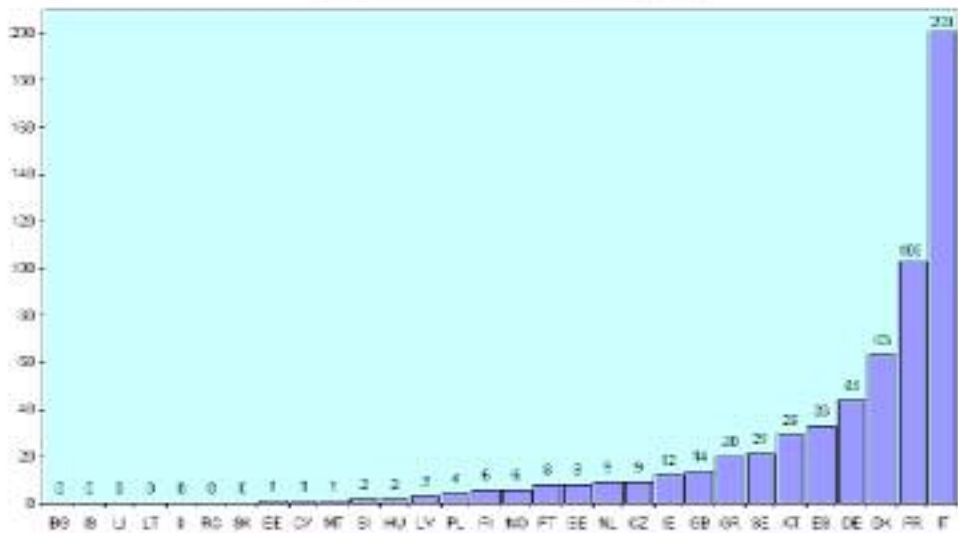


Evolution of the total number of licences from 1992 to 2008\*



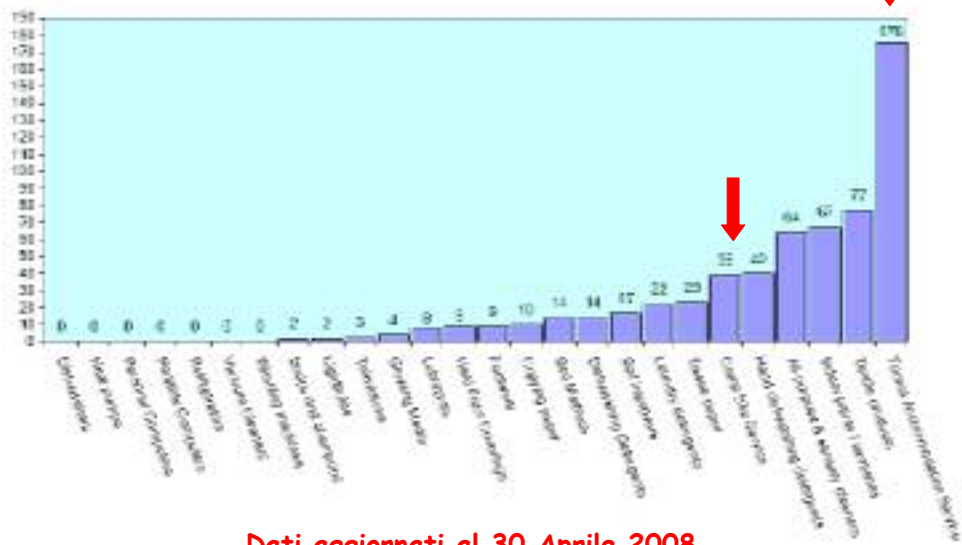
Dati aggiornati al 30 Aprile 2008

Companies with the Ecolabel - by Certifying CB



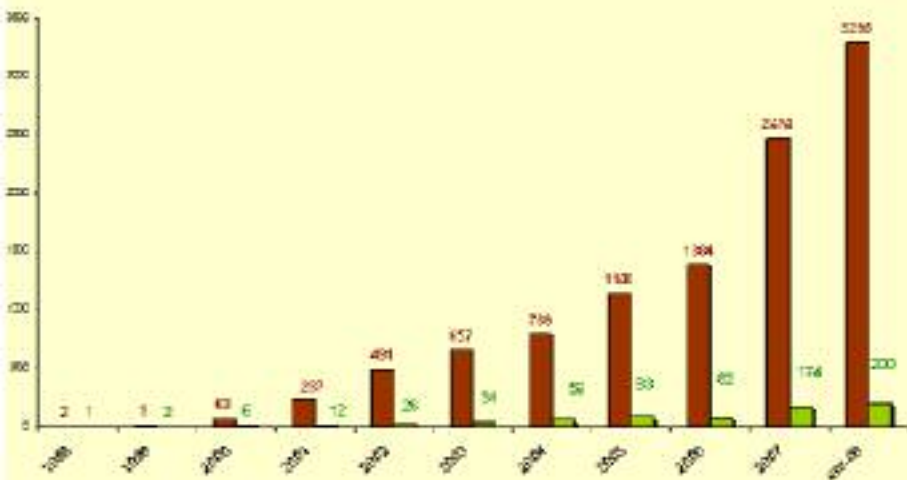
Dati aggiornati al 30 Aprile 2008

Companies with the EcoLabel - by Product group

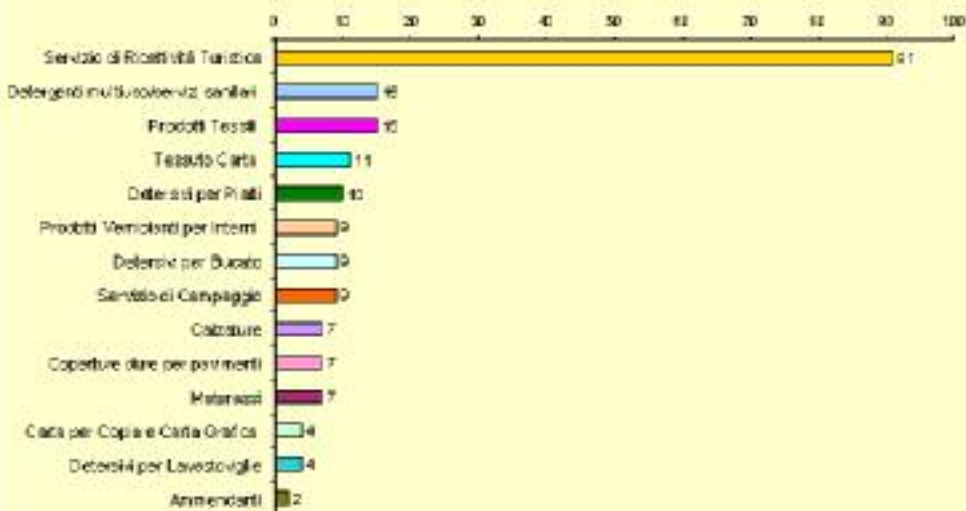


Dati aggiornati al 30 Aprile 2008

ITALIA-Evoluzione Numero **Prodotti** e **Licenze** Ecolabel europeo

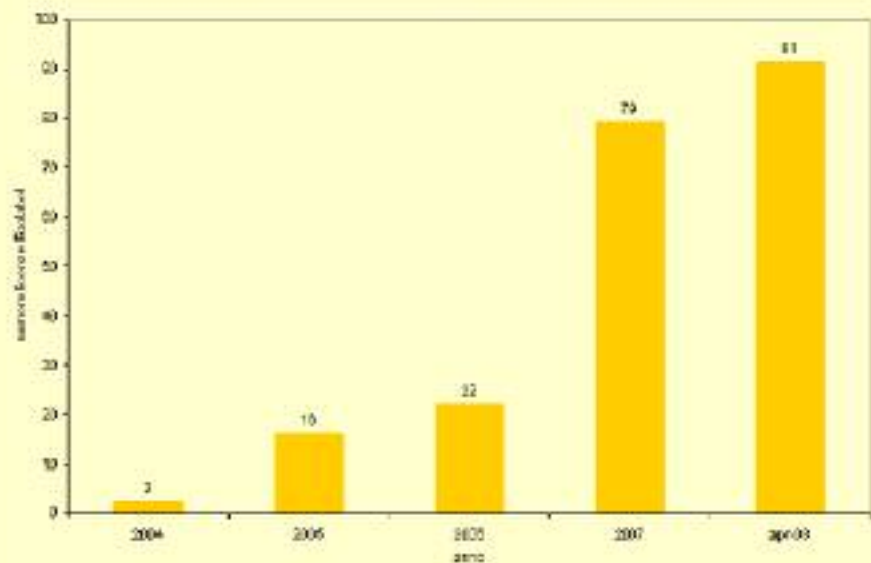


### ITALIA-Numero di licenze Ecolabel europeo per gruppi di prodotti





ITALIA - Servizio Elic. Turistico - Evoluzione temporale Licenze Scatolati



Regolamento o Norma	Numero di licenze/ certificazioni/registrazioni		Europa		Mondo	
	Totale (Mondo/Europa)	Italia	Posizione dell'Italia	Paese Leader	Posizione dell'Italia	Paese Leader
ISO 9001	897.866 (31/12/2006)	105.799	1	Italia	2	Cina
ISO 14001	129.199 (31/12/2006)	9.825	2	Spagna	4	Giappone
EMAS	5.806 (31/12/2007)	926	3	Germania	-	-
ECOLABEL	514 (31/12/2007)	160	1	Italia	-	-
SA 8000	1.580 (31/12/2007)	764	1	Italia	1	Italia

AMBITO	QUALITÀ		AMBIENTE	
	Sistema	Servizio	Sistema	Servizio
NORMA/ MARCHIO	ISO 9001		ISO 14001 EMAS	

Costi e tempi

Semplicità

Visibilità e comprensibilità



**Organizzazioni**

**B2B**

**Consumatori**

**B2C**



"Gli albergatori napoletani sono sotto del 30-40% con le prenotazioni e questa situazione si sta allargando al resto della Campania, con un peggioramento ulteriore della situazione. Il resto d'Italia ha subito un danno d'immagine al momento ancora difficile da quantificare" (Bernabò Bocca, Presidente Federalberghi).

**SIAMO  
UN  
POPOLO  
DI  
"Munnezza"**  
*Pappagone*



**Sistemi di Gestione  
per la Qualità**

**Marchi di prodotto/  
servizio di Qualità**

**Marchi ecologici**

**Sistemi di  
Gestione Ambientale**



Centro Ricerche sul Turismo (CRT)



Grazie per l'attenzione