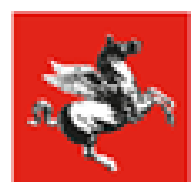


#TuscanyTogether

LABORATORI DI CO-PROGETTAZIONE PARTECIPATA PER UN APPROCCIO SOSTENIBILE AL TURISMO REGIONALE

15 Dicembre
2022

Elena Viani
Robert Kropfitsch

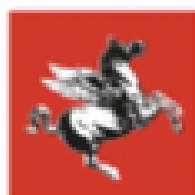


Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

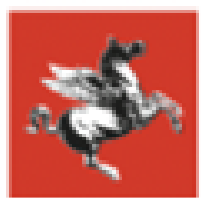


#TUSCANYTOGETHER

L'APPROCCIO DI SOSTENIBILITA' AL TURISMO

AGENDA

- Gli impatti del turismo
- Trend della domanda turistica
- Best practice internazionali



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

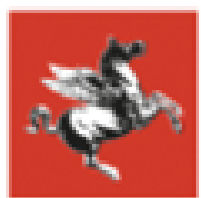


#TUSCANYTOGETHER

GLI IMPATTI DEL TURISMO

« There is a growing consensus among tourism stakeholders as to how the future resilience of tourism will depend on the sector's ability to embrace a low carbon pathway and cut emissions by 50% by 2030. »

<https://www.unwto.org/sustainable-development/tourism-emissions-climate-change>



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



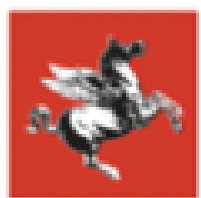
#TUSCANYTOGETHER

GLI EFFETTI DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Il **turismo** contribuisce **all'8%** delle **emissioni di Co2** a livello globale.

*“ We find that, between 2009 and 2013, tourism’s global carbon footprint has increased from 3.9 to 4.5 GtCO₂e, four times more than previously estimated, accounting for about 8% of global greenhouse gas emissions. **Transport, shopping and food** are significant contributors. The majority of this footprint is exerted by and in high-income countries. The rapid increase in tourism demand is effectively outstripping the decarbonization of tourism-related technology ”*

Fonte: <https://www.nature.com/articles/s41558-018-0141-x>



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

LA PANDEMIA ED IL TURISMO

La pandemia di COVID-19 ha lasciato il turismo mondiale di fronte a una crisi senza eguali, crollando dell'83% nel 2020 rispetto al 2019.

Il lato positivo della pandemia globale è stato ampiamente discusso, trovando un **terreno comune su un maggiore impegno per la sostenibilità**, una grande opportunità per le destinazioni di rimodellare le proprie strategie turistiche.

Di conseguenza, è diventato di massima importanza per costruire un settore turistico di domani che sia economicamente, socialmente e ambientalmente fattibile a lungo termine attraverso l'attuazione di modelli più sostenibili e solidi.

ETC HANDBOOK



ENCOURAGING SUSTAINABLE
TOURISM PRACTICES

EUROPEAN
TRAVEL
COMMISSION



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



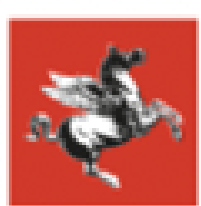
#TUSCANYTOGETHER

LA PANDEMIA COME OPPORTUNITA'?

CONSUMERS ARE AWARE THAT THEY CAN MAKE A DIFFERENCE

A survey of 30,000 adults in every EU country, the UK, China, and the US conducted by the European Investment Bank in 2020 found that 72% of European and American respondents, and 84% of Chinese respondents believe that their own behaviour can make a difference in tackling climate change. Since the COVID-19 pandemic emerged, the percentage of respondents who believed that their behaviour could make a difference increased across all groups of respondents. More broadly, consumers are reporting that they are increasingly influenced by ethical and sustainability issues in their purchase decisions. This applies to travel and tourism too, where a number of consumer-driven trends are demonstrating consumers' increasing interest to embrace sustainable tourism practices.

European Travel Commission, Encouraging Sustainable Tourism Practices, 2021



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

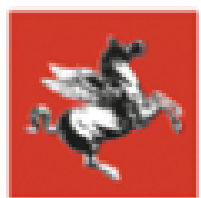
GLI OBIETTIVI INTERNAZIONALI

- Le **5 P** della Sostenibilità (People, Prosperity, Peace, Partnership, Planet)
- **Strategia Europea** per il turismo sostenibile
- UNWTO – Sustainable Development Goals (**SDGs**)
- **Green Deal Europeo**
- **New European Bauhaus**



European Parliament





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

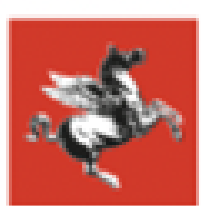


#TUSCANYTOGETHER

PRINCIPALI TREND CHE RIGUARDANO LA DOMANDA

- ✓ Ricerca dell'autenticità
- ✓ Importanza della natura del luogo
- ✓ Lo slow travel sta accelerando
- ✓ Trend dello staycation (turismo interno)
- ✓ Attenzione al pianeta
- ✓ Preferenza per mezzi di trasporto più sostenibili
- ✓ Crescita dell'utilizzo della ferrovia
- ✓ Responsabilità
- ✓ Acquisti etici
- ✓ Healthy body, healthy planet
- ✓ Consapevolezza degli impatti dei propri viaggi
- ✓ Riduzione dei rifiuti

Fonte: European Travel Commission, 2021



Regione Toscana

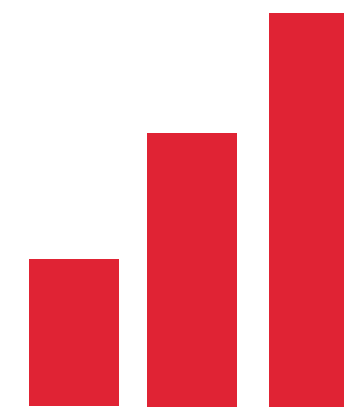


TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



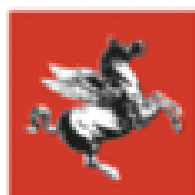
#TUSCANYTOGETHER

CRESCENTE INTERESSE PER LA SOSTENIBILITA'



2019 – Sustainable Travel Report – Booking.com

- ✓I tre quarti (72%) dei viaggiatori pensa che sia necessario prendere **decisioni di viaggio sostenibili**
- ✓Il 70% degli intervistati dichiara che prenoterebbe più volentieri una struttura, se sapesse che è ecosostenibile.
- ✓Il 62% conferma che soggiornare in **una struttura ricettiva dotata di ecolabel** lo farebbe sentire meglio.
- ✓Due persone su cinque (41%) vorrebbero che le compagnie di viaggio dessero loro **consigli per viaggiare in modo più sostenibile** e il 56% degli intervistati coglierebbe volentieri la possibilità di compensare le emissioni di CO2 del proprio soggiorno, se avesse l'occasione di farlo.



Regione Toscana

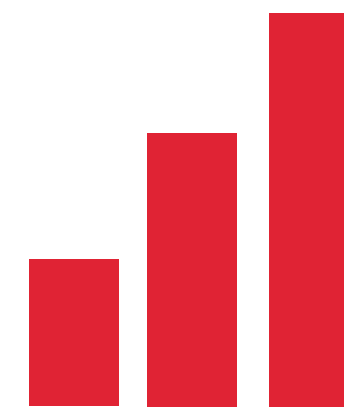


TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



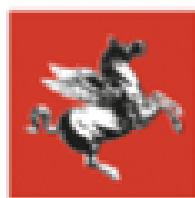
#TUSCANYTOGETHER

CRESCENTE INTERESSE PER LA SOSTENIBILITA'



2020 – Euromonitor international

- ✓ Ci si aspetta che dopo il Covid **il 76% dei consumatori sarà più attento alla sostenibilità.**
- ✓ Il 42% delle imprese di viaggio posticiperà a dopo il Covid il lancio di **nuovi prodotti sostenibili.**
- ✓ Nel nuovo scenario sarà il turismo sostenibile a giocare un ruolo importante nel processo di ripresa, con i Paesi che cercheranno un impatto positivo soprattutto sulle destinazioni precedentemente soggette all'overtourism.
- ✓ Ne conseguirà un **aumento di attività turistiche legate alla natura, all'ecologia e al territorio, capaci anche di migliorare il benessere mentale dopo il lungo lockdown dovuto alla pandemia.**



Regione Toscana

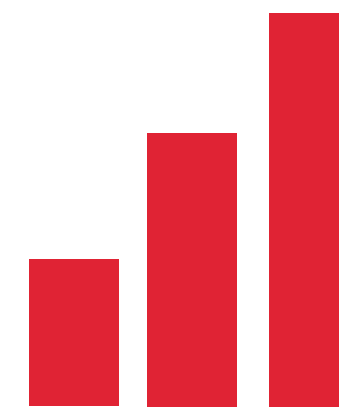


TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TUSCANYTOGETHER

CRESCENTE INTERESSE PER LA SOSTENIBILITA'



2020 – 10° Rapporto Univerde - “Gli italiani, il turismo sostenibile e l’ecoturismo”

✓ Sulla possibilità di **spendere il 10 o il 20% in più per non danneggiare l’ambiente** durante le proprie vacanze, il 43% sostiene di esserne disponibile.

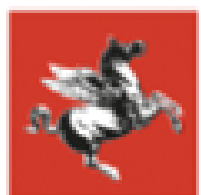
✓ **Prima di scegliere una struttura turistica**, il 46% degli italiani (+2% rispetto alla precedente ricerca) si informa sull’attenzione che ha per l’ambiente.

✓ A dimostrare che la **struttura sia attenta all’ambiente**, per il 58% degli utenti è la presenza di pannelli fotovoltaici, per il 34% l’uso di sistemi per il risparmio elettrico, per il 29% il risparmio idrico e per il 21% essere “Plastic free” (+3%).

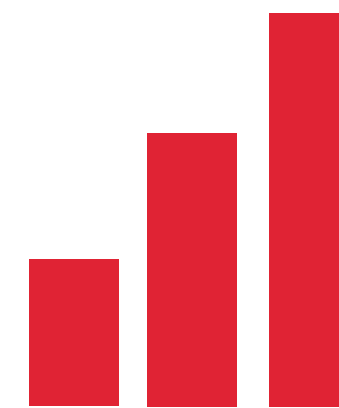
✓ I turisti sostenibili sono attenti anche ai servizi offerti e **valutano positivamente menù biologici o a km 0 (39%, +2% rispetto alla precedente rilevazione), raccolta differenziata (37%), proposta di escursioni ecoturistiche (17%), ricariche o noleggio di auto elettriche o ibride (12%).**

✓ Per i trasporti, il 67% (+2%) rinunciarebbe all’auto se la meta fosse raggiungibile in treno; il 61% (+3%) se sul posto ci fosse il car sharing e il 51% se potesse usare l’autobus per arrivare alla destinazione. Il 64% dichiara inoltre di aver già preferito il treno per motivi ecologici.

✓ Sulla scelta del ristorante, **in crescita sono le percentuali di preferenza per quelli che offrono prodotti a km 0 (91%) e per quelli che usano (a parità di prezzo o anche spendendo qualcosa in più) prodotti provenienti da agricoltura biologica (84%).**

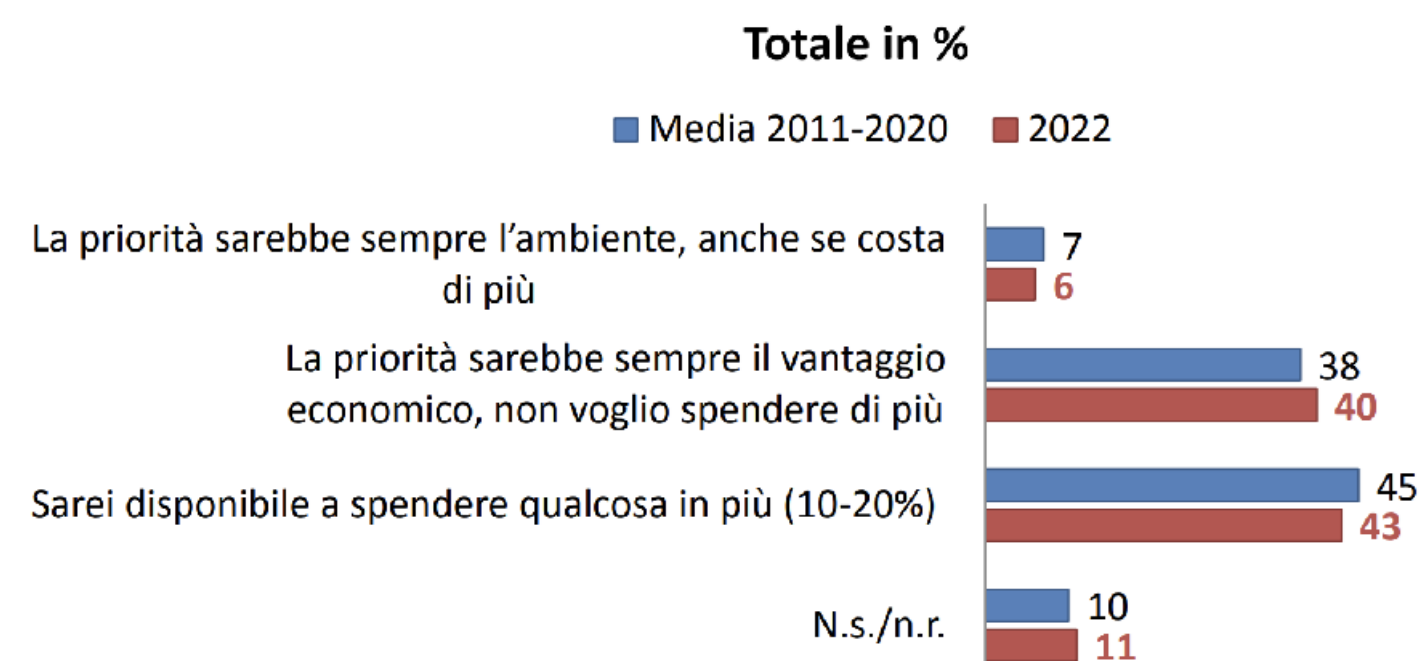


CRESCENTE INTERESSE PER LA SOSTENIBILITA'



2021 – 11° Rapporto Univerde - “Italiani, turismo sostenibile ed ecoturismo”

Se fare scelte che non danneggiano l'ambiente comportasse spendere di più, per lei...

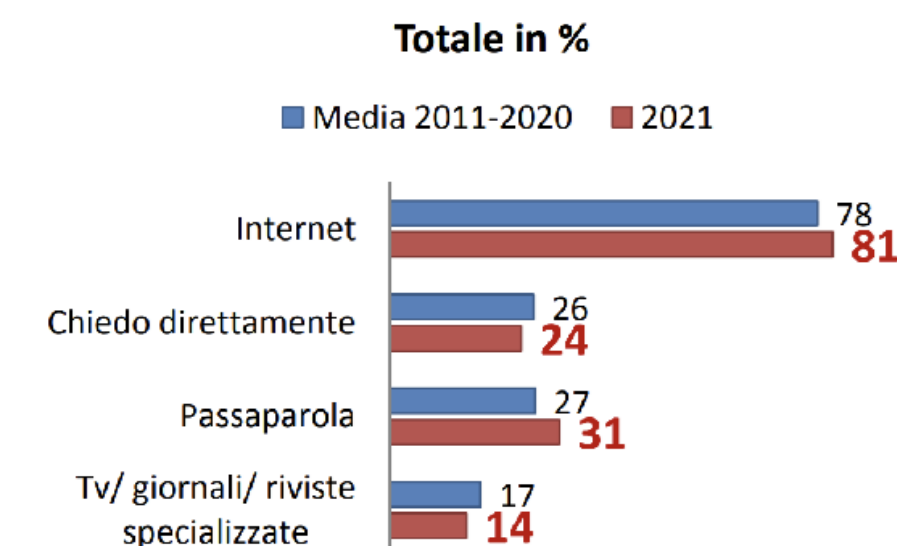
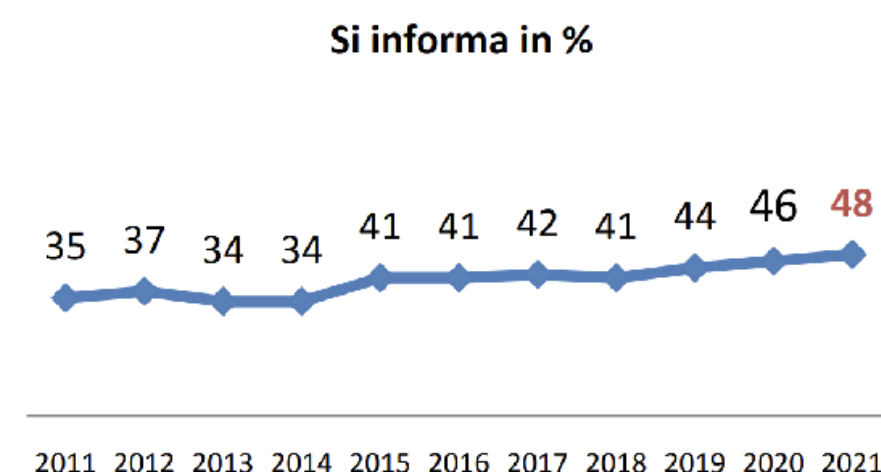
TREND
011-021

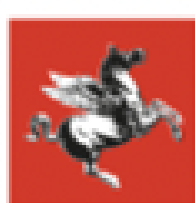
Informazione sull'attenzione all'ambiente delle strutture turistiche

TREND
011-021

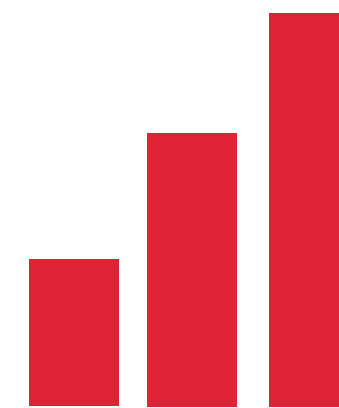
Prima di scegliere una struttura turistica, si informa sull'attenzione che ha per l'ambiente?

Come si informa?

La domanda è stata posta solo a chi si informa
Domanda a risposta multipla



CRESCENTE INTERESSE PER LA SOSTENIBILITA'



2021 – 11° Rapporto Univerde - “Italiani, turismo sostenibile ed ecoturismo”

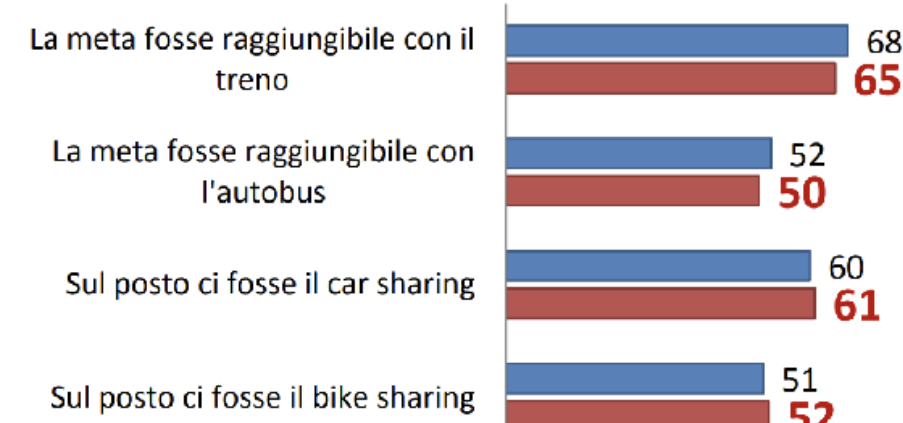
Trasporti

TREND
011-021

*Nel progettare una vacanza,
rinuncerebbe all'auto se ...*

Sì in %

■ Media 2015-2020 ■ 2021

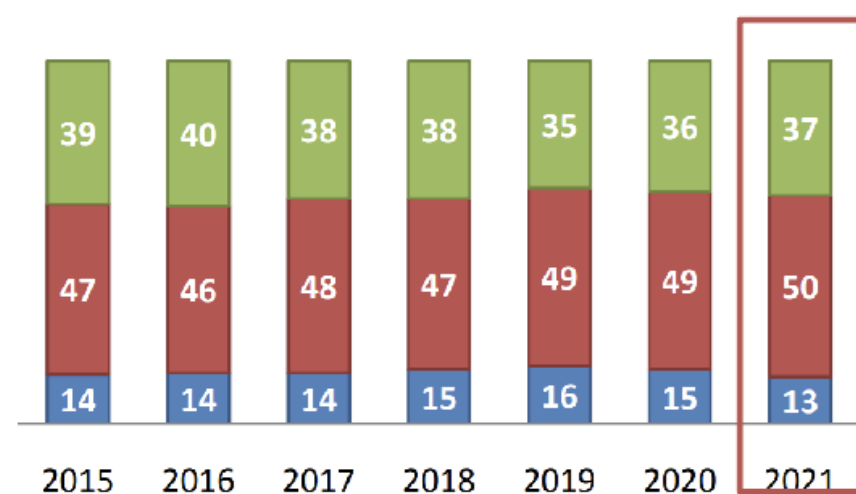


Domanda a risposta multipla

*Per raggiungere una meta turistica,
ha mai preferito il treno per motivi ecologici?*

Totale in %

■ Sì, sempre ■ Sì, a volte ■ No, mai



Ristorazione/1

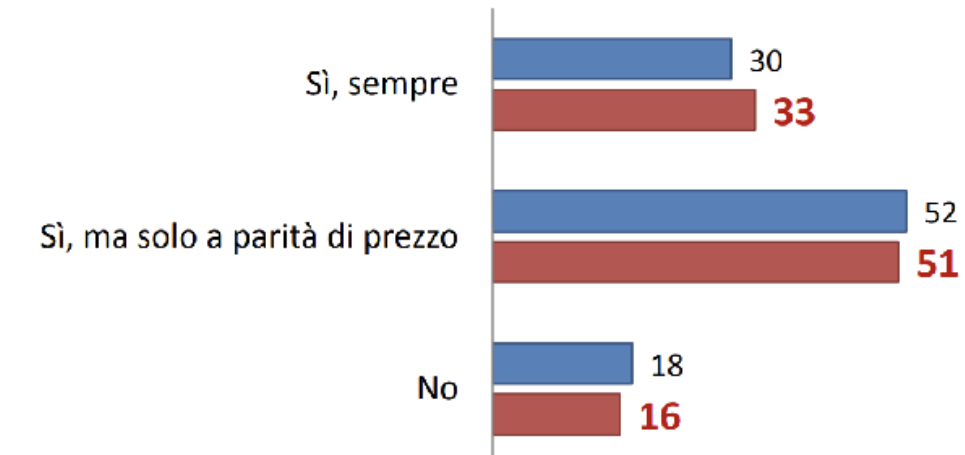
TREND
011-021

*Immagini di dover scegliere un posto dove mangiare.
E' un motivo valido per preferire un posto ad un altro il fatto che il menù offra ...*

Prodotti da agricoltura biologica

Totale in %

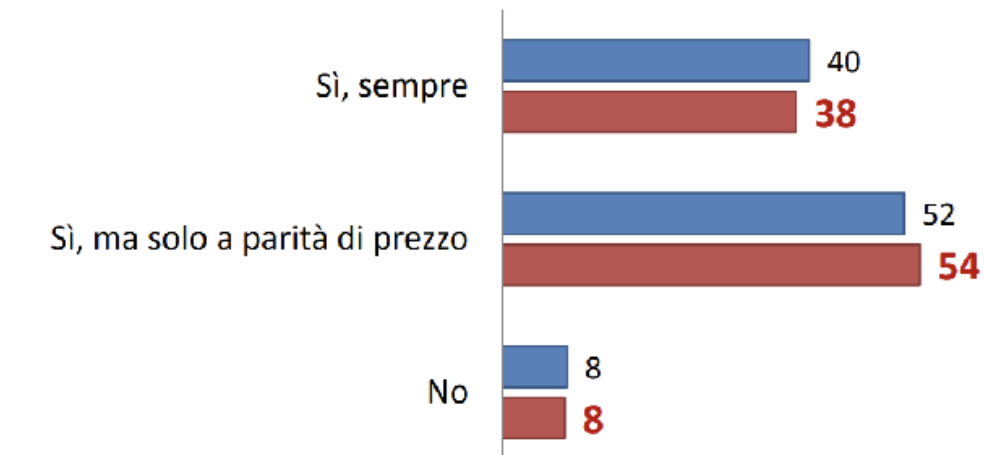
■ Media 2011-2020 ■ 2021

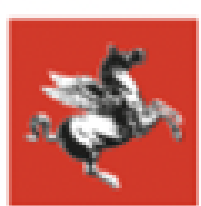


Prodotti a km 0

Totale in %

■ Media 2011-2020 ■ 2021





Regione Toscana

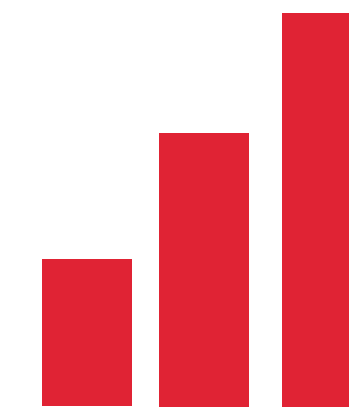


TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TUSCANYTOGETHER

CRESCENTE INTERESSE PER LA SOSTENIBILITA'



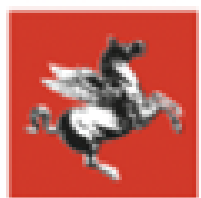
2021 – Lifegate – 7° osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile

✓ La sostenibilità è un valore in crescita: ne è convinta il 69,5% della popolazione, una percentuale che **cresce di ben sette punti rispetto al 2020**.

✓ Nel 2015 appena il 42% degli italiani si sentiva personalmente coinvolto nei temi della sostenibilità: ora siamo arrivati al **75%, cioè tre su quattro**.

✓ Il 35% tiene in considerazione le informazioni trasparenti, la **presenza di certificazioni sostenibili (24%)**, **l'adesione a progetti ambientali (16%)** e la **compensazione delle emissioni (14%)**.

✓ Nella reputazione dell'azienda, questa viene giudicata come sostenibile per l'uso responsabile delle risorse (50%), l'essere **Carbon Neutral (30%)**, la pubblicazione del report di sostenibilità (19%) e l'assetto di Società Benefit o BCorp (5%).



2021 – European travel Commission – Sustainable Tourism Handbook

Rispondendo a un sondaggio condotto dall'ETC nel giugno 2020, le **NTO europee hanno segnalato alcune tendenze che suggerivano che le scelte di viaggio stavano diventando più allineate con i principi del viaggio sostenibile.**

- ✓ Maggiore preoccupazione per il benessere, la **qualità dell'aria e l'impatto** dell'uomo sull'ambiente
- ✓ Una forte preferenza per i **viaggi nazionali** o verso i paesi vicini facilmente accessibili in auto
- ✓ Il desiderio di trascorrere del tempo in **spazi aperti**, con aria fresca e alloggi privati
- ✓ Il desiderio di **evitare alloggi e attività ad alta densità**, o mescolarsi troppo strettamente con estranei (es. crociere o voli a lungo raggio)
- ✓ Una preferenza per le **vacanze attive**, che prevedono attività di fitness o seguire percorsi escursionistici e ciclabili.

European Travel Commission, Encouraging Sustainable Tourism Practices, 2021



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

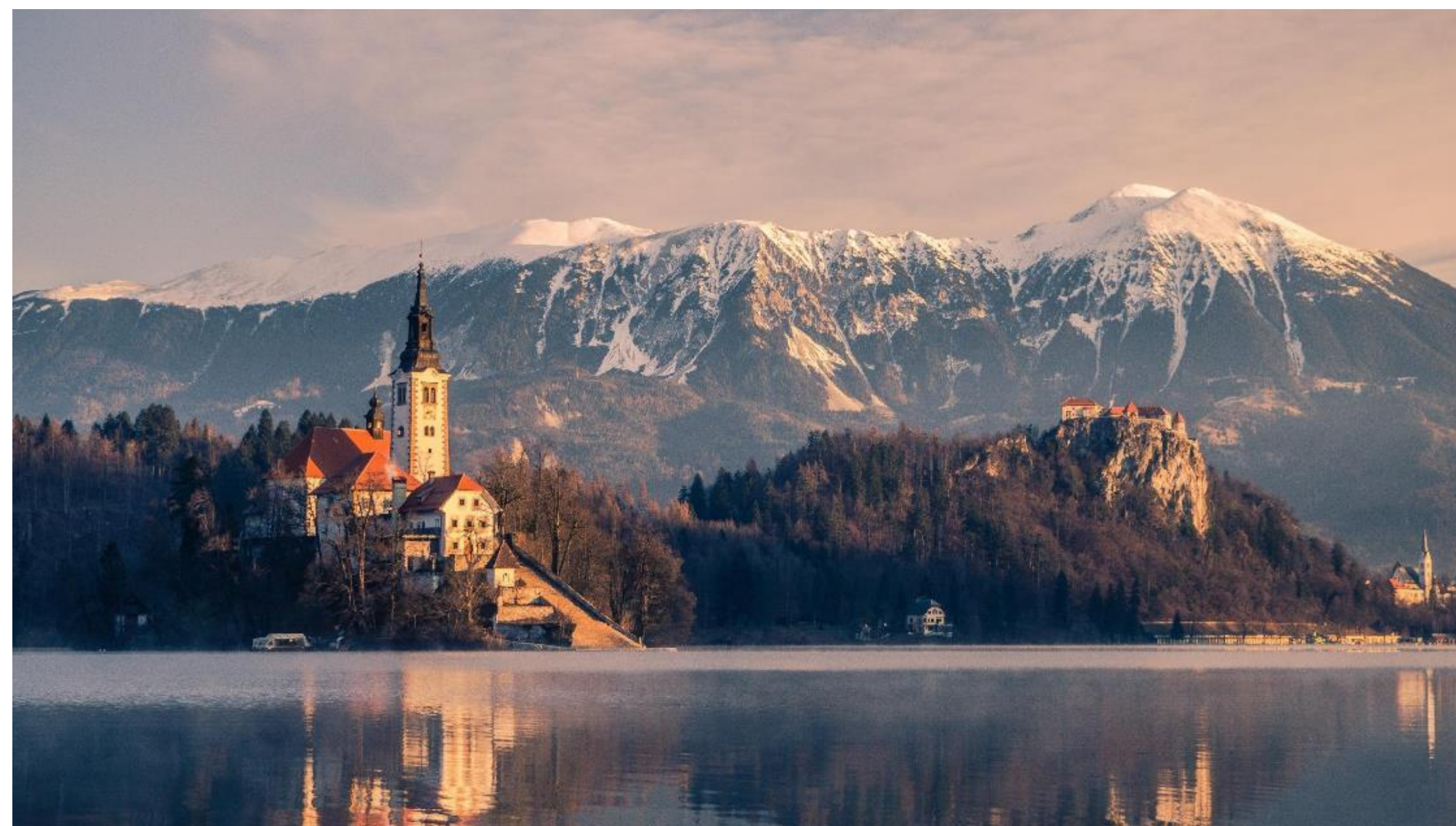


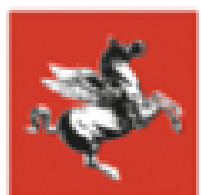
#TuscanyTogether

Follow the Slovenia Green label

Slovenia is the first country in the world to have been, in its entirety, declared a Green Destination of the World. A pristine green environment encourages us to act responsibly and protectively. Under the auspices of the Green Scheme of Slovenian Tourism, we implement green policies and create green experiences. The SLOVENIA GREEN LABEL, which is a promise of a green future, is also awarded under this national programme. The number of Green Label winners in five categories is steadily expanding and already has more than 120 members. The winners of the SLOVENIA GREEN label are trustworthy, as they have an internationally recognised quality and sustainability award.

Explore





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TUSCANYTOGETHER

Green Scheme of Slovenian tourism

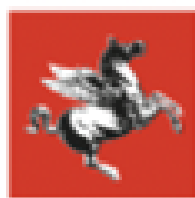
🏠 Business > Green Scheme of Slovenian tourism

Get to know the green scheme

The Green Scheme of Slovenian Tourism (GSST) is a tool developed at the national level and a certification programme that carries out the following tasks under the SLOVENIA GREEN umbrella brand:

- brings together all efforts directed towards the sustainable development of tourism in Slovenia,
- offers tools to destinations and service providers that enable them to evaluate and improve their sustainability endeavours
- and promotes these green endeavours through the Slovenia Green brand.





Regione Toscana



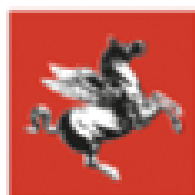
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

The useful materials and more information on GSST can be found at: www.slovenia.info/zelenashema





WHAT IS THE GREEN SCHEME OF SLOVENIAN TOURISM?

The Green Scheme of Slovenian Tourism is a tool developed at the national level and a certification programme that carries out the following tasks under the SLOVENIA GREEN umbrella brand:

- brings together all efforts directed towards the sustainable development of tourism in Slovenia,
- offers tools to destinations and service providers that enable them to evaluate and improve their sustainability endeavours,
- promotes these green endeavours through the SLOVENIA GREEN brand.

The scheme's key strategic objective is to introduce sustainable models to Slovenian tourism, to both tourism service providers and destinations. All the objectives of the strategic guidelines are in line with sustainable development and demonstrate concern for the economic, social, cultural and natural environment.

The abbreviation GSST is used for the Green Scheme of Slovenian Tourism.

“

The Slovenian Tourist Board has pledged itself to sustainable development with the national strategic guideline and, in doing so, has taken an important step towards the better sustainable development of the entire country. Tourism service providers and destinations are switching to sustainable, i.e. green, development.

”

THE GSST HAS:



A MANAGER (Slovenian Tourist Board) who actively manages and develops the scheme, offers educational support, and also establishes promotional channels in the international tourism market for the promotion of SLOVENIA GREEN destinations and service providers.



AN ACCREDITED PARTNER (Association for Sustainable Tourism GoodPlace) who has a licence to make assessments using the Green Destinations Standard and is a Green Destinations partner.

GSST LEVELS:

The levels are closely connected. The destination motivates key interested parties (service providers) to operate sustainably and carry eco-labels, since a green destination can only be credible if it has a critical mass of certified service providers.

5 CHARACTERISTICS OF THE GSST

1. A comprehensive and developmental approach
2. Of a national character
3. Internationally comparable
4. Based on global criteria (GDS)
5. A tool for positioning and promotion

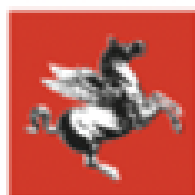
THE GSST COVERS TWO LEVELS



Fundamental level:
DESTINATIONS



Fundamental unit:
SERVICE PROVIDERS



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

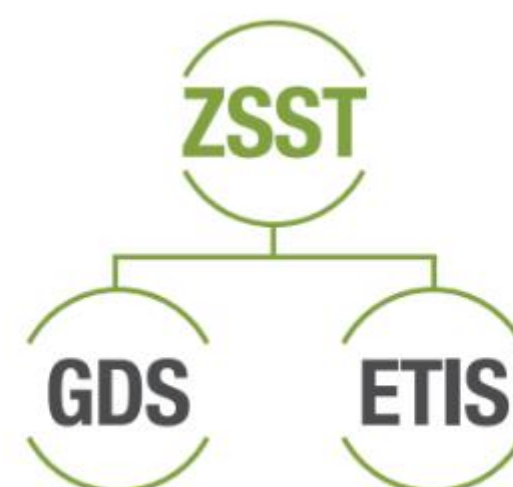


#TuscanyTogether

FOR DESTINATIONS



BASIS



FOR SERVICE PROVIDERS



BASIS

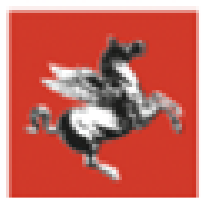


FOR PARKS



BASIS*





Regione Toscana



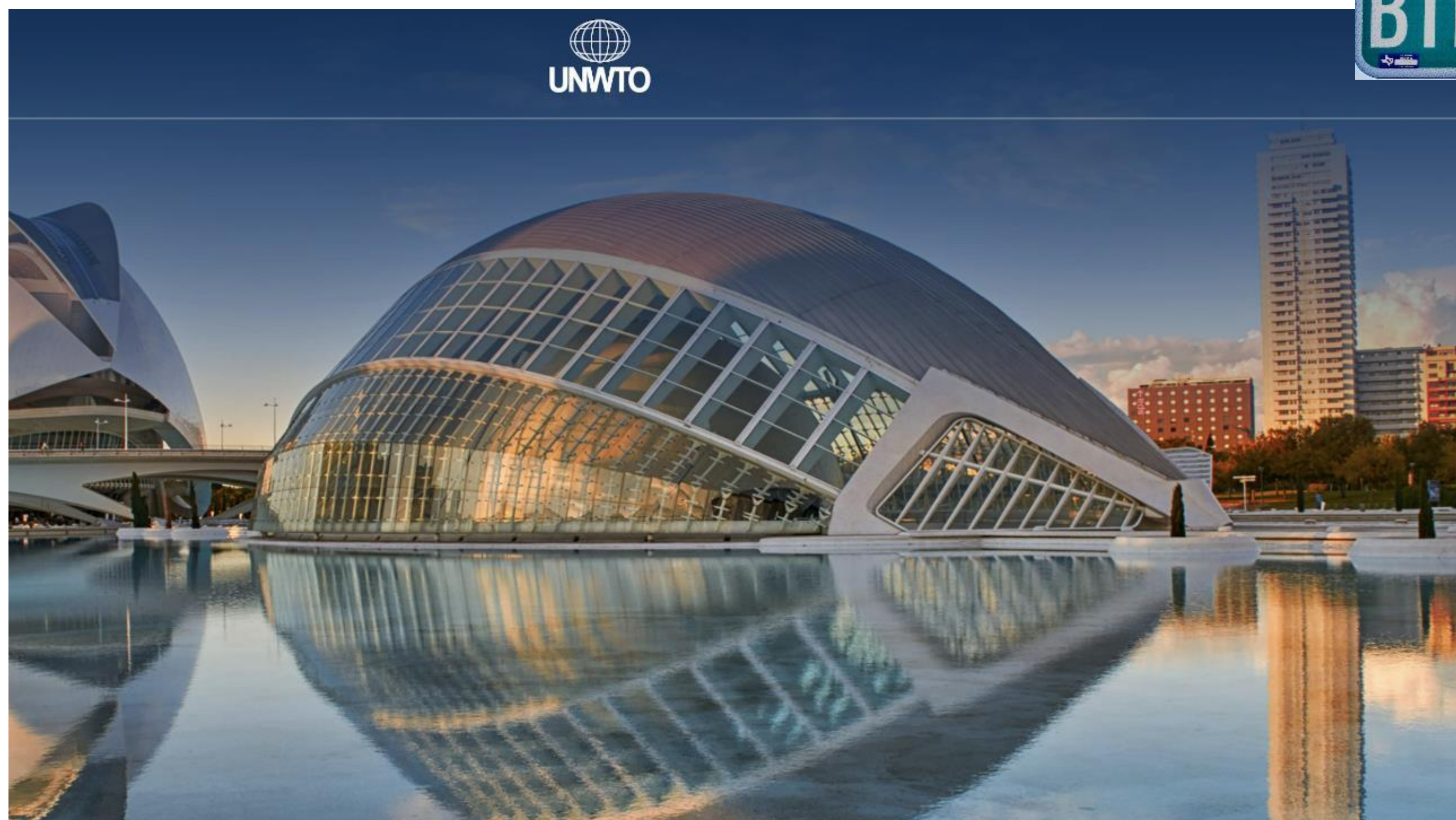
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

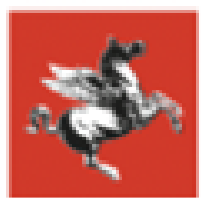


#TuscanyTogether

DECARBONIZZAZIONE DEL TURISMO A VALENCIA

Video: https://youtu.be/dRxjUE_uN98





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

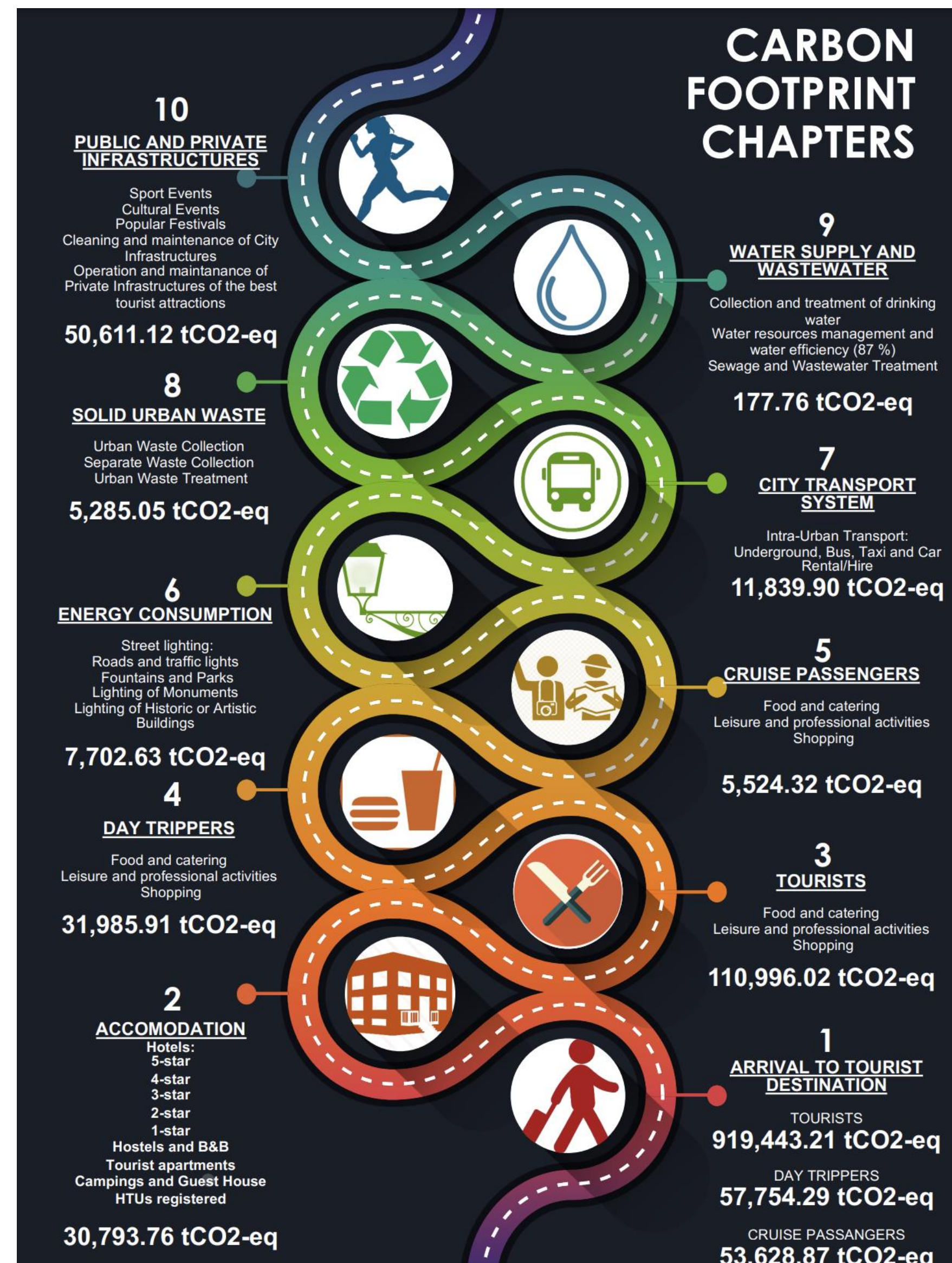


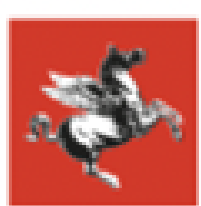
#TUSCANYTOGETHER

DECARBONIZZAZIONE DEL TURISMO A VALENCIA



<https://www.unwto.org/covid-19-oneplanet-responsible-recovery-initiatives/the-decarbonization-of-tourism-in-action-the-case-of-valencia>





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



#TuscanyTogether

ALTRE DESTINAZIONI INTERESSANTI

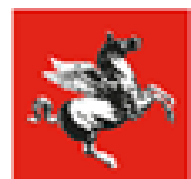
- Scozia – Green Certification Scheme, Tourist Guide
- Helsinki – Helsinki City Strategy and Reporting
- Oslo - top 5 most sustainable cities in the world
- Costa Rica – prima nazione Carbon Neutral al mondo
- Nuova Zelanda - New Zealand Tourism Sustainability Commitment



#tuscanytogether

RESTIAMO A DISPOSIZIONE PER LE DOMANDE

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



territori
sostenibili