

Indagine sulle strutture ricettive a marchio Ecolabel UE

ing. Raffaella Alessi, ing. Marina Masone

ISPRA

Servizio Certificazioni Ambientali

Introduzione

Il patrimonio culturale ed ambientale di cui l'Italia dispone rappresenta un elemento di fortissimo richiamo per il turismo nazionale ed internazionale.

Ma se è vero che il turismo è in grado di generare crescita economica ed occupazionale, è anche vero che un suo sviluppo disordinato può avere conseguenze negative sia sull'ambiente che dal punto di vista sociale. La domanda di valori turistici è soprattutto, anche se non esclusivamente, domanda di valori ambientali e culturali: clima, natura, risorse storico artistiche. Le politiche turistiche si devono dunque dedicare alla tutela attiva e alla valorizzazione del patrimonio ambientale.

Nel delicato rapporto tra turismo, ambiente e cultura può, infatti, innescarsi un circolo perverso: l'attrazione esercitata dal patrimonio artistico, culturale e ambientale di molte località può portare ad un eccessivo e/o incontrollato turismo - l'eccesso di presenza turistica può portare al degrado dell'ambiente (danni in zone ecologicamente sensibili, alti consumi di risorse naturali, incremento dell'inquinamento, deterioramento del patrimonio artistico) - il degrado dell'ambiente, spesso permanente, porta inevitabilmente alla perdita di flussi turistici.

Per questi motivi occorre programmare uno sviluppo sostenibile e, quindi, rendere il turismo un elemento di valorizzazione, e non di consumo, della qualità ambientale e culturale dei territori.

Il futuro dell'industria turistica non può quindi prescindere dalla conservazione dell'ambiente in cui si svolge. La sua competitività dovrà dunque basarsi sullo sviluppo di un'offerta turistica di qualità fondata sul patrimonio naturale, storico e culturale.

In questi ultimi anni, la presa di coscienza delle conseguenze negative che il turismo di massa ha causato, ha convinto cittadini (residenti e turisti), aziende del settore e amministrazioni, a concorrere sulla via di uno sviluppo in armonia con l'ambiente che ci circonda.

Così, come negli altri settori dell'economia, la domanda di servizi eco-compatibili sta crescendo anche nel settore del turismo e le amministrazioni cercano, ove possibile, di contribuire all'offerta di tali servizi (ad esempio, l'istituzione di navette gratuite per gli spostamenti verso le piste da sci o le spiagge). L'Unione Europea ha posto la tutela ambientale tra le sue priorità; l'istituzione di un'etichetta ecologica (marchio di qualità ecologica Ecolabel UE - Regolamento CE n. 66/2010) pone delle regole in questa direzione sin dall'emanazione del Regolamento europeo n. 880/92. Inizialmente i servizi non erano compresi; la necessità di accrescere l'efficacia del sistema ha portato la Commissione europea ad una prima revisione dell'Ecolabel europeo con l'emanazione dell' "Ecolabel II" (Regolamento europeo n. 1980/00) cui ha fatto seguito una ulteriore revisione che ha portato alla versione attualmente in vigore dell'Ecolabel (Regolamento 66/2010).

La prima Decisione riguardante i servizi turistici è del 2003 (Decisione 2003/287/EC) seguita, due anni dopo, dalla Decisione 2005/338/EC, relativa al servizio di campeggio, ora sostituite rispettivamente dalla Decisione 2009/578/CE e 2009/564/CE.

Il grafico 1 mostra l'andamento delle licenze assegnate alle strutture turistiche dal 2004. Come si può vedere, dopo un sensibile aumento nei primi anni, nel 2010 si è registrata una flessione che si sta ora recuperando.

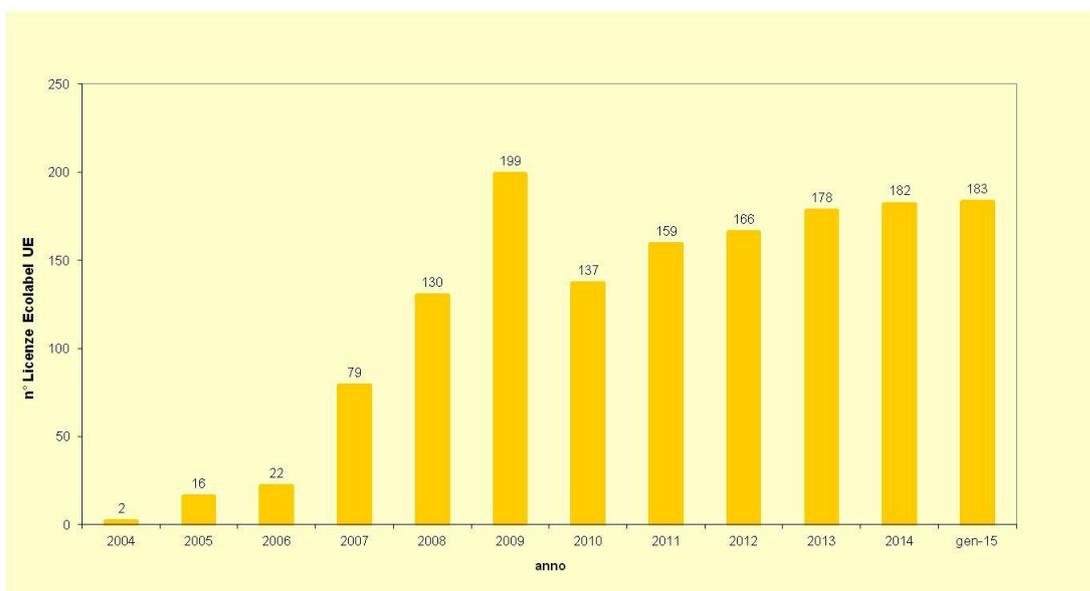


Figura 1: Evoluzione temporale delle licenze Ecolabel UE per i servizi di ricettività turistica in Italia - Fonte ISPRA – dati aggiornati a gennaio 2015

Nonostante la diminuzione di richieste, il grafico 2 mostra che, ad oggi, il servizio di ricettività turistica è quello per cui si registra il maggior numero di licenze.

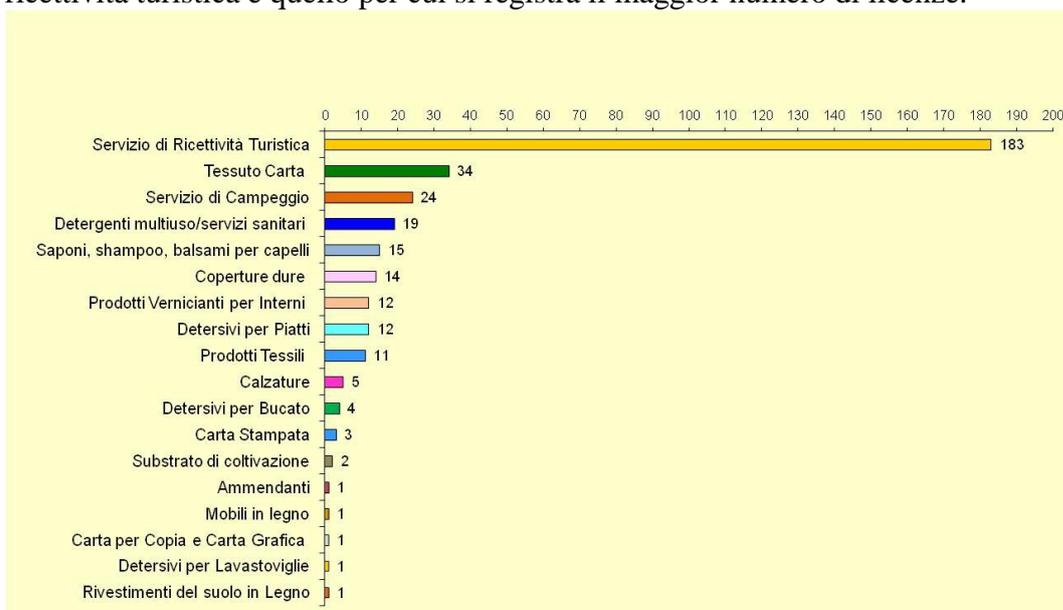


Figura 2: Numero di licenze Ecolabel UE in Italia per gruppi di prodotti – Fonte ISPRA – dati aggiornati a gennaio 2015

A distanza di 11 anni dalla prima emanazione dei criteri per i servizi turistici, si è ritenuto interessante svolgere un'indagine presso strutture ricettive e campeggi italiani in possesso del marchio Ecolabel UE allo scopo di:

- verificare le motivazioni che hanno indotto ad aderire ad Ecolabel
- verificare i riscontri avuti ed il grado di soddisfazione dei gestori delle suddette strutture
- capire i possibili spazi di miglioramento e/o le aree di intervento ai fini di una più incisiva azione di promozione e diffusione del marchio, nonché di divulgazione della conoscenza del marchio stesso.

A tal fine, è stato elaborato un questionario che è stato poi inviato per la compilazione a tutte le strutture ricettive e campeggi in Italia in possesso del marchio Ecolabel UE.

Questionario proposto

Il questionario proposto è di seguito riportato:

NOME DELLA STRUTTURA _____

COMUNE _____

PROVINCIA _____

Quali motivi vi hanno indotto ad aderire al marchio Ecolabel UE?

- Possibilità di accedere a benefici/incentivi previsti dalla normativa (finanziamenti, benefici fiscali, semplificazioni amministrative, ecc...). Se SI, specificare quale tipo di agevolazione;
- In virtù di una personale convinzione dell'importanza di applicare e diffondere concetti di salvaguardia ambientale;
- Pensando che il marchio avrebbe portato maggiore visibilità e, di conseguenza, un miglioramento in termini di immagine e profitto;
- Per non essere da meno di altre strutture già in possesso del marchio Ecolabel UE;
- Perché mi è stato suggerito da altro soggetto (camera di commercio, consulente, ecc...);
- Altro.

Quale momento dell'iter affrontato per la concessione del marchio vi ha messo più in difficoltà?

- Troppi documenti da presentare
- Difficoltà nel comprendere i criteri
- Difficoltà nell'attuare quanto previsto dai criteri

Quali difficoltà avete incontrato nell'applicazione dei criteri ?

- Difficoltà a comprendere il criterio
- Costi per attuare il criterio
- Difficoltà ad attuare il criterio rispetto alla situazione preesistente
- Difficoltà a far comprendere e rispettare il criterio da parte dei dipendenti

Quale è stato il criterio più difficile da realizzare ? (indicare un solo criterio)

Quale è stato il criterio più facile da realizzare ? (indicare un solo criterio)

Cosa vi ha deluso rispetto all'aspettativa iniziale? (max 5 righe)

Che riscontro c'è stato da parte del personale dipendente ?

- Hanno accettato favorevolmente le novità introdotte a seguito dell'ottenimento del marchio Ecolabel UE
- Hanno espresso perplessità
- Hanno faticato ad adeguarsi

Che riscontro c'è stato da parte degli ospiti?

- Hanno apprezzato l'impegno per la salvaguardia dell'ambiente
- Hanno espresso perplessità rispetto a:
 - Le misure di risparmio idrico (getto dell'acqua, informative sul risparmio, cambio asciugamani e lenzuola)
 - Le misure di risparmio energetico (informazioni su spegnimento delle luci/condizionamento/riscaldamento)
 - Le misure di contenimento dei rifiuti (eliminazione dei monodose nei servizi di ristorazione e eliminazione della linea di cortesia)

Ora che siete in possesso del marchio Ecolabel UE, avete pensato di aderire ad altri sistemi di certificazione (Sistema Qualità, ISO 14001, EMAS, altro) ?

- NO
- SI
Indicare quale/quali

-
- Siamo già in possesso di altra certificazione
Indicare quale/quali
-

Quali vantaggi avete riscontrato a seguito dell'ottenimento del marchio Ecolabel?

- Risparmio energetico
- Risparmio idrico
- Risparmio sull'acquisto di altri prodotti (detergenti, monodose, ecc...)
- Maggiore partecipazione del personale
- Maggiori presenze di ospiti
- Accesso a benefici/agevolazioni da parte della Pubblica Amministrazione

Quali benefici vi aspettate dalla PP.AA. (Regione/Provincia)?

- Finanziamenti/Agevolazioni finanziarie
- Benefici fiscali
- Garanzie fideiussorie

- Semplificazione di ispezioni/controlli
- Preferenze/agevolazioni su concessioni
- Altra agevolazione

Quali benefici vi aspettate dalla PP.AA. (Comune)?

- Benefici fiscali
- Preferenze/agevolazioni su concessioni
- Collaborazione sulla gestione della raccolta differenziata dei rifiuti
- Concessione di benefici per gli ospiti della struttura (trasporti gratuiti, ingressi gratuiti a eventi, locali, manifestazioni, ecc...) in modo da incentivare i potenziali clienti a scegliere una struttura ricettiva con marchio Ecolabel UE

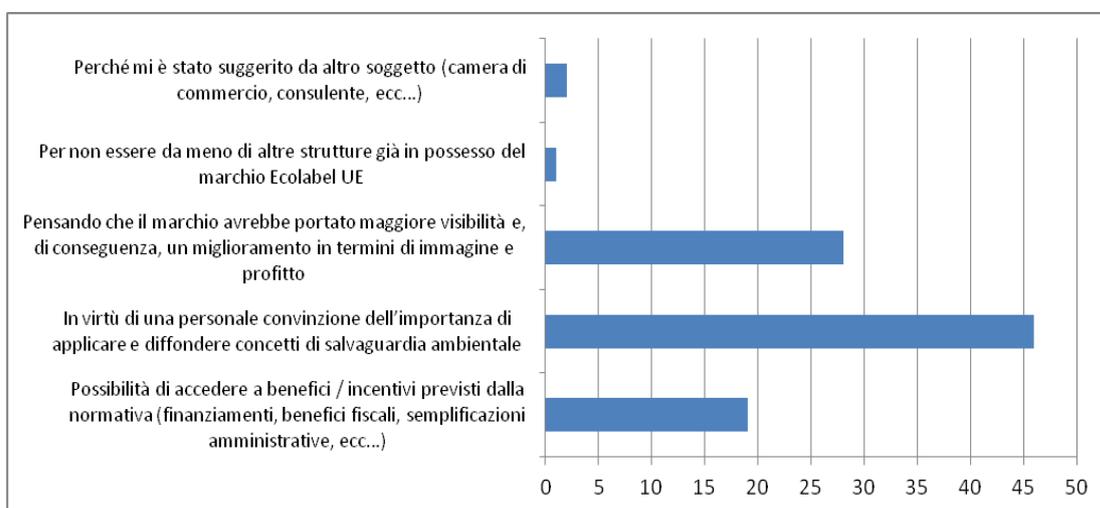
Quali forme di visibilità riterreste utili?

- Pubblicità preferenziale presso agenzie di viaggio, tour operator, aziende promozione turistica, ecc...
- Coinvolgimento in eventi *ad hoc*
- Scelta preferenziale come strutture di riferimento per le trasferte dei dipendenti della PPAA

Elaborazioni effettuate

Un primo dato interessante è il livello di partecipazione delle strutture ricettive; infatti, benché sia stato ampiamente sottolineato lo scopo dell'iniziativa e nonostante il questionario fosse strutturato in modo molto semplice e tale da richiedere solo pochi minuti per la sua compilazione, soltanto 61 strutture su 197 ossia il 31 % ha risposto al questionario. Tale scarso interesse trova probabilmente una motivazione nello scarso riscontro che le strutture hanno avuto a valle dell'ottenimento del marchio Ecolabel UE, come emerge dalle risposte fornite. Per quanto riguarda l'analisi specifica delle risposte pervenute, nel seguito del presente documento vengono descritti i risultati ottenuti.

La domanda "Quali motivi vi hanno indotto ad aderire al marchio Ecolabel UE?" ha prodotto i seguenti risultati:

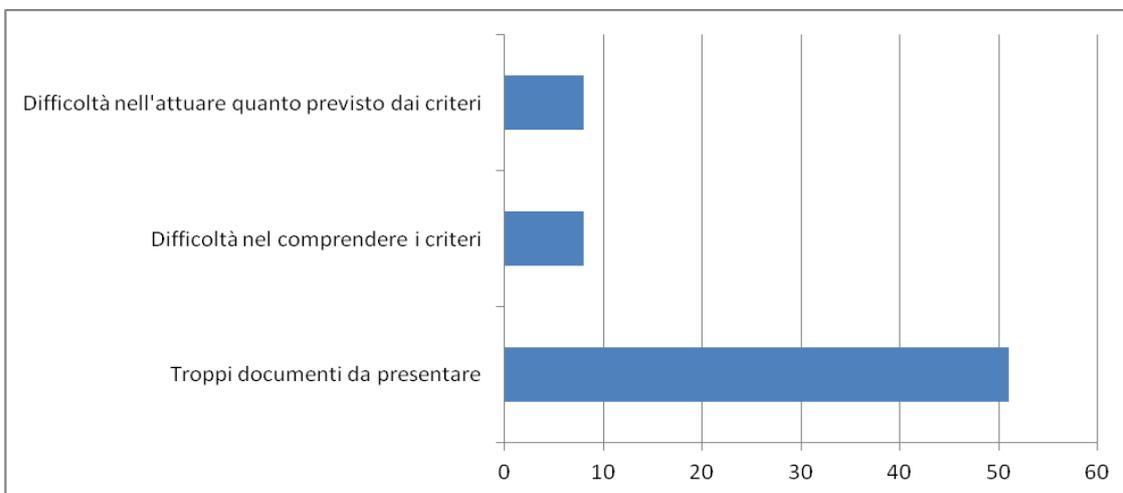


Sicuramente è encomiabile il fatto che nel 75% dei casi le strutture dichiarano di aver deciso di conseguire il marchio Ecolabel UE in virtù di una personale convinzione dell'importanza di applicare e diffondere concetti di salvaguardia ambientale. Tuttavia, appare interessante il fatto che molto spesso tale decisione era motivata da aspettative legate alla possibilità di accedere a benefici ed incentivi (nel 31% dei casi) o alla convinzione (nel 46% dei casi) che il marchio avrebbe portato maggiore visibilità e, di conseguenza, un miglioramento in termini di immagine e profitto.

Quest'ultimo aspetto è, ovviamente, dipendente dal grado di conoscenza del marchio da parte dell'utenza e dalla visibilità che viene data alle strutture ricettive in possesso del marchio Ecolabel UE.

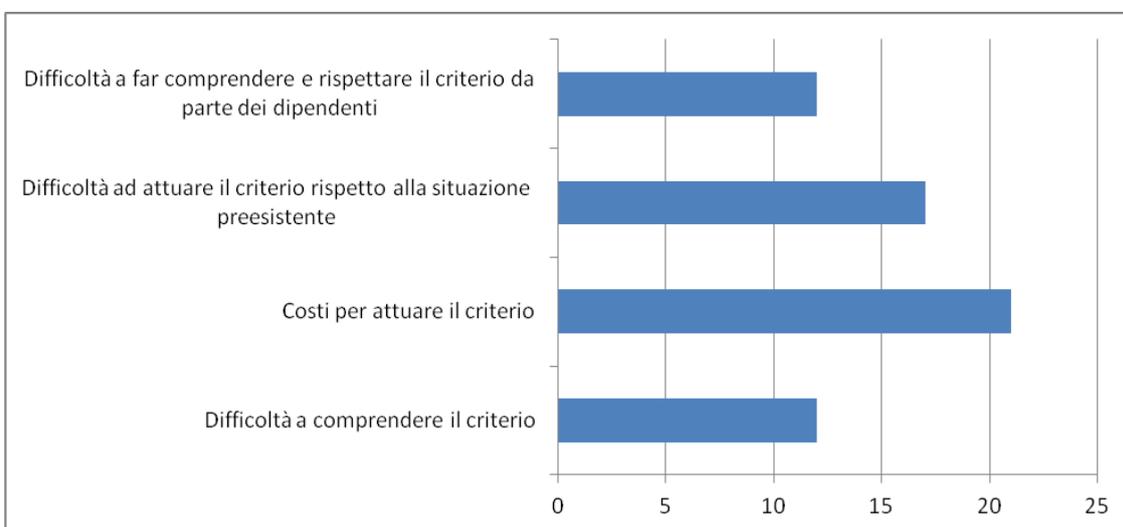
Come apparirà chiaro anche dalle successive elaborazioni, tali aspetti mostrano ancora evidenti carenze.

La domanda “Quale momento dell’iter affrontato per la concessione del marchio vi ha messo più in difficoltà?” ha prodotto i seguenti risultati:



Appare evidente che il problema non sia tanto nell’adeguamento delle strutture alle prescrizioni previste dai criteri, quanto alla eccessiva mole di documenti da presentare; in altre parole, le strutture lamentano (84% dei casi) una eccessiva burocratizzazione delle procedure di accesso al marchio Ecolabel UE.

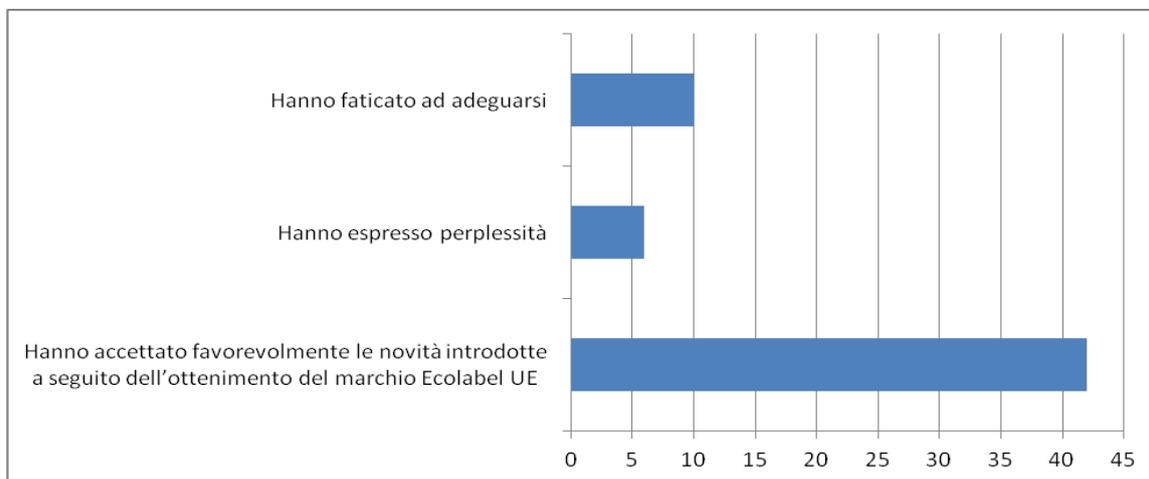
La domanda “Quali difficoltà avete incontrato nell’applicazione dei criteri?” ha prodotto i seguenti risultati:



In questo caso risulta interessante che la maggiore difficoltà pratica nell’applicazione dei criteri sia nei costi di attuazione del criterio stesso (34% dei casi). A questo proposito va ribadito che, nella promozione e diffusione dei sistemi di certificazione ambientale la strategia vincente è fare in modo che le aziende “lavorino per l’ambiente”, ma questo è un risultato conseguibile soltanto se si creano i presupposti affinché i costi sostenuti per il miglioramento ambientale siano percepiti dalle aziende come investimenti, ossia con un

ritorno in termini di immagine e profitto. In altre parole, la tutela ambientale non è una “religione” bensì un “business”.

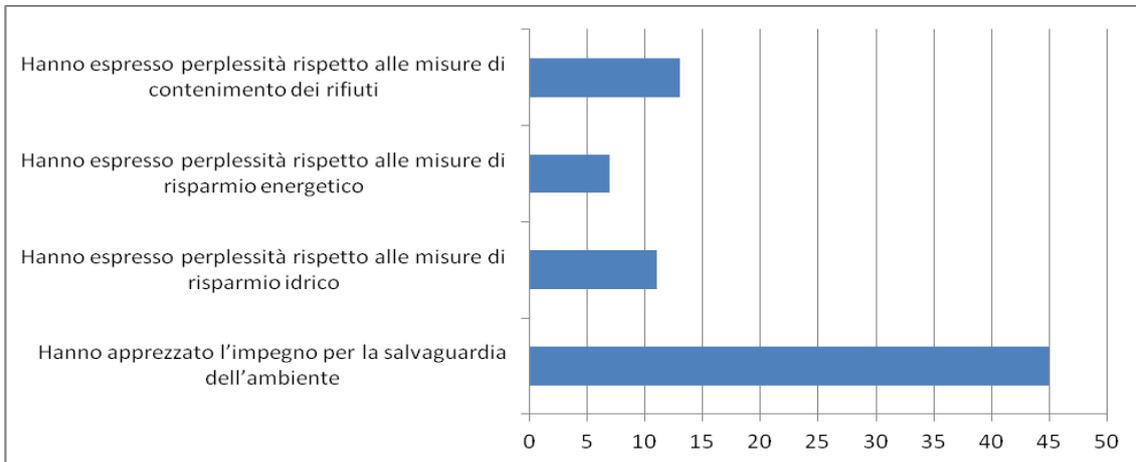
La domanda “Che riscontro c’è stato da parte del personale dipendente?” ha prodotto i seguenti risultati:



L’analisi di questo dato, seppure interessante in quanto mostra una ampia condivisione delle scelte aziendali da parte del personale (nel 69% dei casi), non può prescindere dalla considerazione che nel settore della ricettività turistica la maggior parte dei contratti è per così dire “atipico”, nel senso che si tratta di personale assunto con contratti a breve termine e/o stagionali. Questo, inevitabilmente, anche in considerazione della paura legata al rischio della perdita del lavoro ed agli elevati livelli di disoccupazione oggi presenti in Italia, potrebbe comportare una comprensibile accondiscendenza da parte dei dipendenti verso le scelte dei responsabili della struttura.

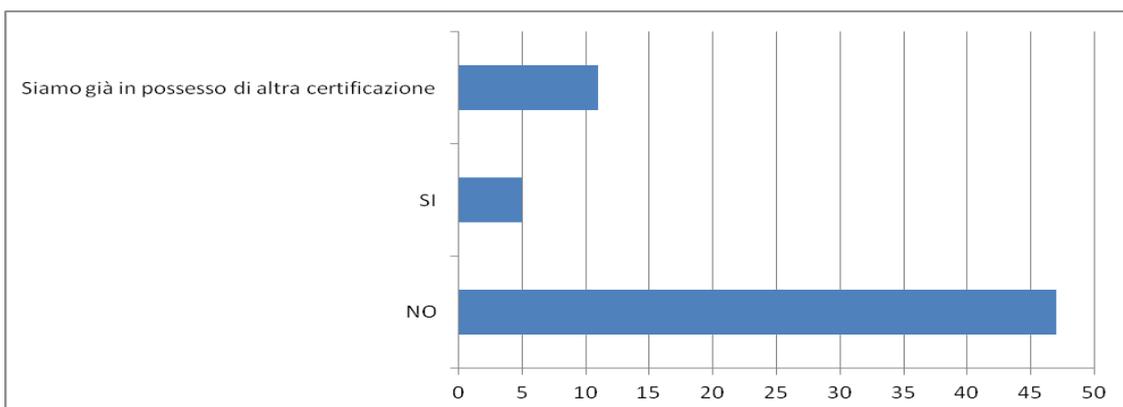
Tuttavia, volendo fornire un’interpretazione più ottimistica di tale risultato, si auspica che la facile accettazione da parte del dipendente sia dovuta ad una sempre maggiore dimestichezza dei singoli nei confronti di approcci ecologici.

La domanda “ Che riscontro c’è stato da parte degli ospiti?” ha prodotto i seguenti risultati:



In questo caso il dato sicuramente interessante è che il 74% degli ospiti ha apprezzato l'impegno per la salvaguardia dell'ambiente. Questo risultato è in linea con l'aumento della sensibilità ambientale da parte dell'utenza. Infatti, come negli altri settori dell'economia, la domanda di servizi eco-compatibili sta crescendo anche nel settore del turismo. Oltre alla qualità ed alla sicurezza, i clienti chiedono sempre più spesso alle imprese una maggiore attenzione all'ambiente.

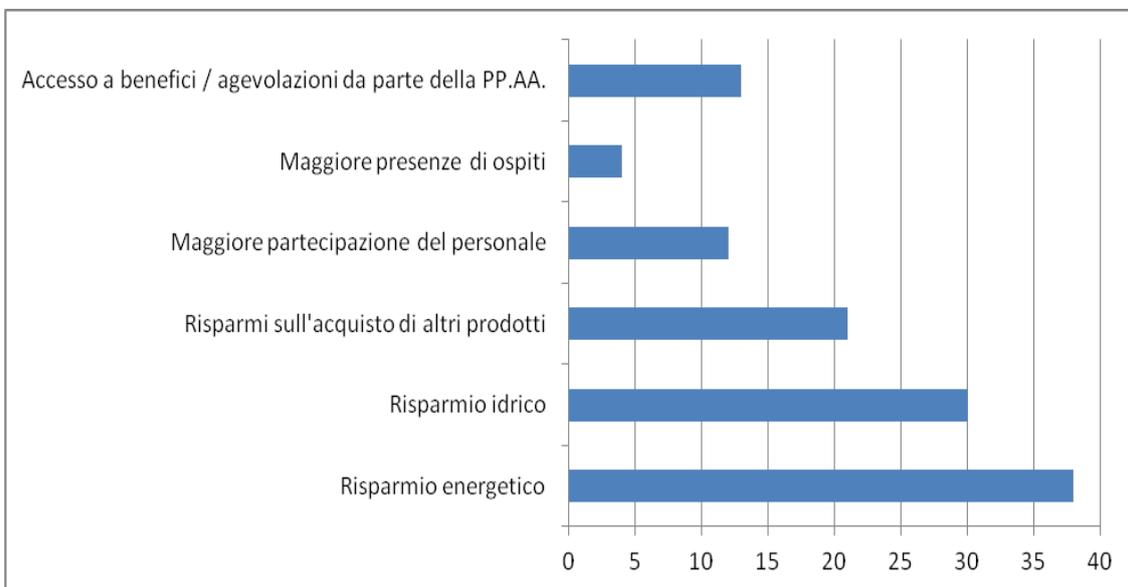
La domanda “Ora che siete in possesso del marchio Ecolabel UE, avete pensato di aderire ad altri sistemi di certificazione (Sistema Qualità, ISO 14001, EMAS, altro)?” ha prodotto i seguenti risultati:



In questo caso deve far riflettere che nel 77% dei casi le strutture non intendono aderire ad altri sistemi di certificazione; ciò lascia pensare che, in linea di massima, l'esperienza fatta con l'Ecolabel UE non si sia rivelata soddisfacente nel senso che non ha soddisfatto le aspettative. Va anche precisato che, per quanto riguarda il 18 % di casi in cui le strutture dichiarano di essere già in possesso di altra certificazione, si tratta per lo più di riconoscimenti “spuri”, ossia non avallati da normative ad hoc di livello internazionale

come possono essere le norme ISO (qualità, ambiente, efficienza energetica, responsabilità sociale) o l'adesione al Regolamento EMAS.

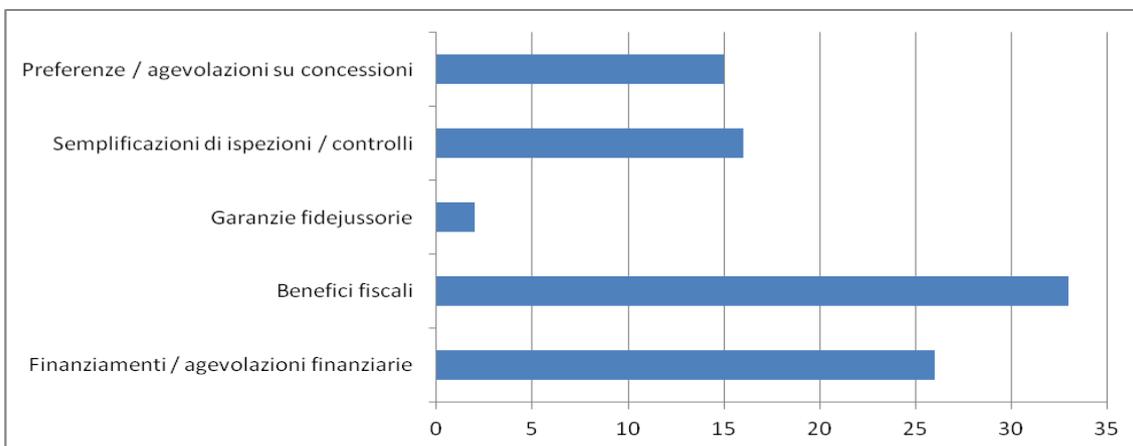
La domanda “Quali vantaggi avete riscontrato a seguito dell’ottenimento del marchio Ecolabel?” ha prodotto i seguenti risultati:



Sicuramente è interessante notare come nel 62% dei casi sia stato rilevato un risparmio energetico e nel 49% dei casi un risparmio idrico. Questo risultato convalida l’asserzione che la riduzione del consumo di risorse naturali quali l’energia e l’acqua si traduce in una riduzione dei costi per l’azienda stessa e, dunque, un ritorno non solo in termini di collettività ma anche personale.

Il dato critico nei confronti del marchio Ecolabel UE è che soltanto nel 7% dei casi le strutture hanno registrato un aumento dell’affluenza degli ospiti. Questa circostanza, ancora una volta, pone l’accento sull’esigenza di incrementare la conoscenza del marchio Ecolabel UE presso utenti e consumatori e sull’importanza di dare visibilità a chi ha conseguito il marchio.

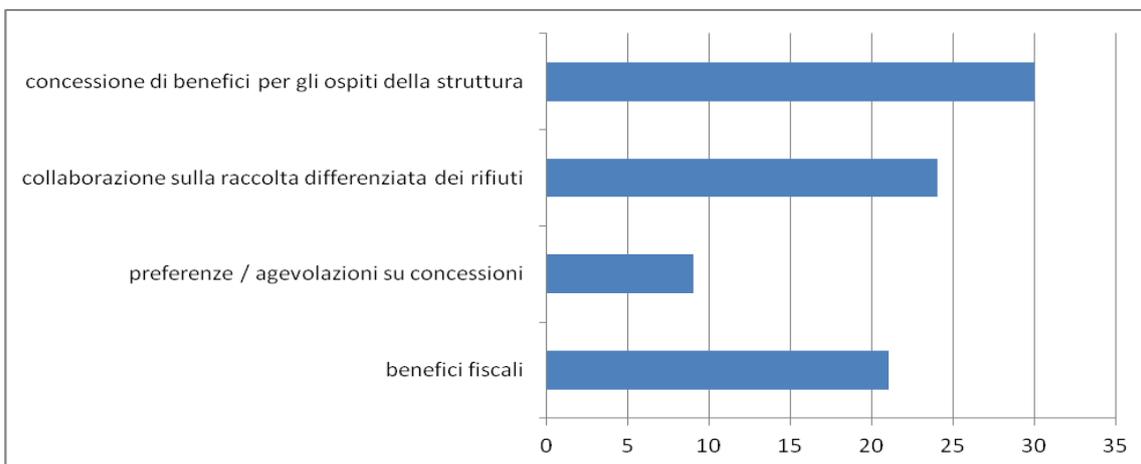
La domanda “Quali benefici vi aspettate dalla PP.AA. (Regione / Provincia)?” ha prodotto i seguenti risultati:



In questo caso è interessante notare come le strutture ricettive si aspettino per lo più finanziamenti/agevolazioni finanziarie (nel 43% dei casi) e benefici fiscali (nel 54% dei casi). A questo proposito vanno fatte alcune considerazioni. I finanziamenti sono un tipo di agevolazione “non strutturale”, nel senso che non possono essere mantenute nel lungo periodo; in altre parole, un finanziamento può essere concesso per l’adesione ad Ecolabel ma non per il mantenimento del marchio, quindi si rischia di “drogare” il mercato in quanto le aziende, allettate dalla possibilità di ricevere un finanziamento, aderiscono al marchio, ma poi, in assenza del finanziamento stesso, non mantengono il marchio ottenuto. Inoltre, i finanziamenti, laddove non supportati ad esempio da Piani Comunitari, gravano sulla PP.AA. e, in definitiva, sulla collettività.

La situazione è profondamente diversa per i benefici fiscali; infatti, questi possono essere mantenuti sul lungo periodo, quindi possono agevolare l’azienda sia in fase di adesione che di mantenimento del marchio. Inoltre, i benefici fiscali costituiscono solo apparentemente un minore introito per la PP.AA.. Infatti, è da considerare che i costi sostenuti dalle aziende per il miglioramento ambientale, vanno a diminuire i costi che la PP.AA. e, in definitiva, la collettività, dovrebbe sostenere allo stesso scopo (v. esempio della raccolta differenziata). Pertanto, la circostanza che le aziende interiorizzino costi per la sostenibilità ambientale merita senza alcun dubbio un riconoscimento concreto che può tradursi in sgravi fiscali.

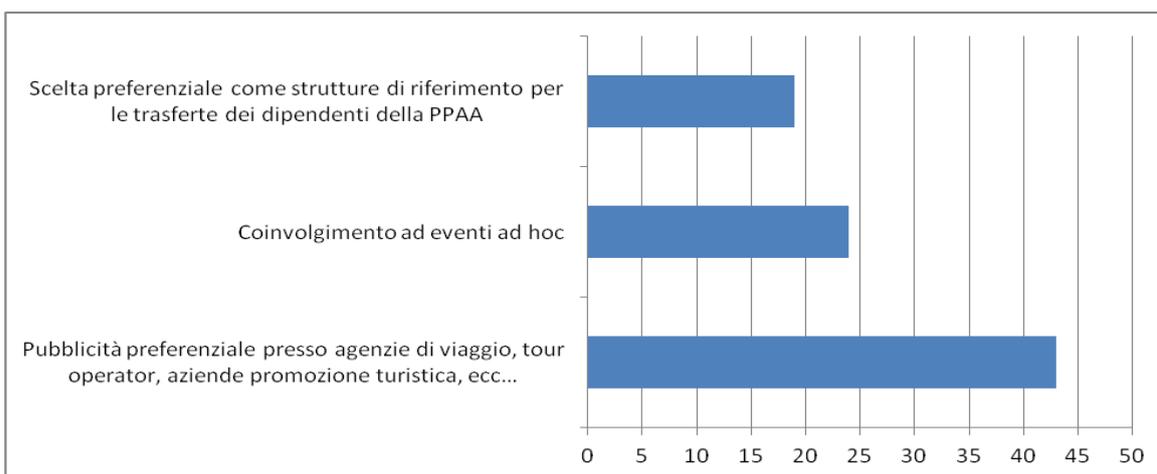
La domanda “Quali benefici vi aspettate dalla PP.AA. (Comune)?” ha prodotto i seguenti risultati:



Le risposte a questa domanda non fanno che confermare le considerazioni già esposte in merito alla domanda precedente; infatti, la maggiore aspettativa è proprio per gli sgravi fiscali, che a livello Comunale sono sostanzialmente IMU, TaSI, TaRSU, ecc..., e sulla collaborazione nella raccolta differenziata o sul minore inquinamento idrico della struttura (depurazione più efficiente).

Interessante è anche l’aspettativa di concessione di benefici per gli ospiti della struttura, che conferma l’esigenza di disporre di meccanismi che favoriscano un incremento della presenza degli ospiti.

La domanda “Quali forme di visibilità riterreste utili ?” ha prodotto i seguenti risultati:

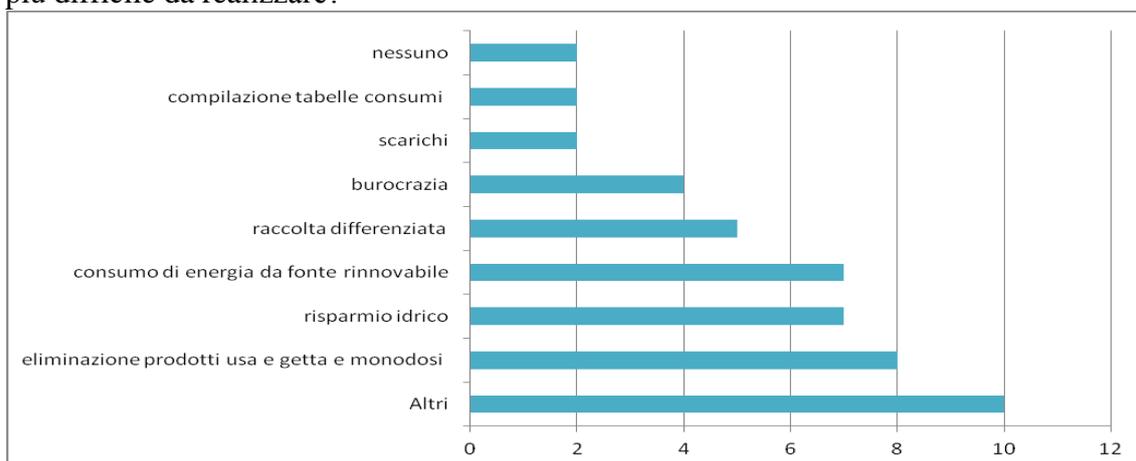


Anche in questo caso, si conferma l’esigenza delle strutture ricettive intervistate di disporre di meccanismi che favoriscano il flusso turistico presso le strutture in possesso del marchio Ecolabel UE. Tali meccanismi, come già detto, ricadono nell’ambito dell’incremento di conoscenza del marchio presso gli utenti e del conseguente aumento di

visibilità delle strutture a marchio Ecolabel UE presso gli utenti ed anche presso tutti i soggetti che a vario titolo entrano nella catena più complessa dell'offerta turistica.

Oltre alle domande i cui risultati sono stati fin qui descritti, nel questionario venivano posti anche i seguenti quesiti a risposta aperta.

Il grafico seguente sintetizza le risposte ricevute alla domanda “Quale è stato il criterio più difficile da realizzare?”

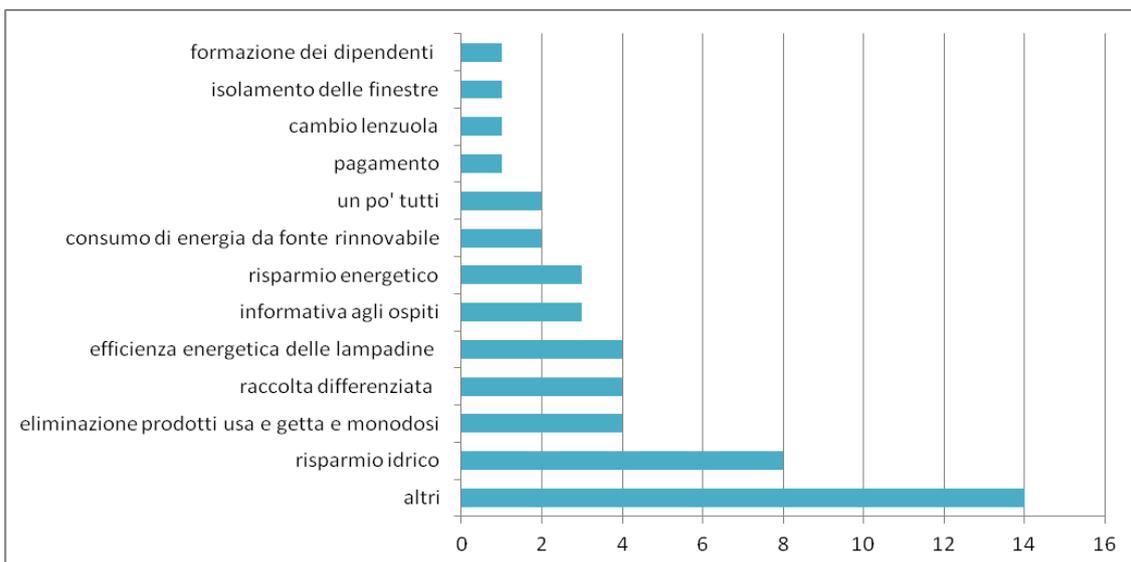


A questa prima domanda hanno risposto 48 strutture su un totale di 61. Le risposte sono state abbastanza variegate. Escludendo dall'analisi chi ha ribadito le difficoltà legate alla troppa burocrazia (la domanda era specifica sui criteri), le difficoltà più grosse (17%) si sono registrate nella riduzione e/o eliminazione delle monodosi e dei prodotti usa e getta nelle stanze (criteri 19 e 20). A parte i costi sostenuti per la sostituzione (come possono essere stati i dosatori di sapone o le zuccheriere), probabilmente recuperati nel lungo periodo, i gestori delle strutture hanno lamentato delle difficoltà nella trasmissione del messaggio agli ospiti. Questo, probabilmente, avviene negli alberghi di categoria più elevata, dove l'ospite associa il livello di qualità alla presenza di tali "articoli", ritenendo magari poco elegante o poco igienico il ricorso alle alternative più ecologiche. Pur comprendendo le difficoltà degli albergatori in questo senso, probabilmente l'analisi che andrebbe fatta è sulla consapevolezza e coscienza ambientale del turista, che non è ancora in grado di comprendere l'effettivo risparmio in termini di uso di risorse che comportano iniziative di questo genere. Sta al gestore trasmettere questo messaggio, enfatizzando, al bisogno, il proprio impegno nei confronti dell'ambiente che non va comunque ad intaccare la qualità del servizio.

In seconda battuta, equamente distribuite, le difficoltà nell'applicazione del criterio sulla riduzione del flusso idrico da rubinetti e docce (criterio 11) e sul consumo di energia da fonte rinnovabile. In questo caso, come analizzato in precedenza, la difficoltà riscontrata è stata ripagata dalla diminuzione dei costi riscontrata in seguito. Sarebbe interessante capire meglio i motivi di tali difficoltà che, da una prima analisi, sembrerebbero legati alla presenza ed al costo sul mercato di prodotti compatibili.

Anche la raccolta differenziata (criteri 17 e 18) si è rivelata di difficile realizzazione e gestione (10,64%). Le difficoltà potrebbero essere legate ad una purtroppo ancora scarsa diffusione sul territorio (soprattutto nel centro sud) di buone pratiche in questa direzione, probabilmente legate a carenze strutturali delle amministrazioni locali.

Il grafico sotto riportato illustra nel dettaglio i risultati avuti alla domanda “Quale è stato il criterio più facile da realizzare?”

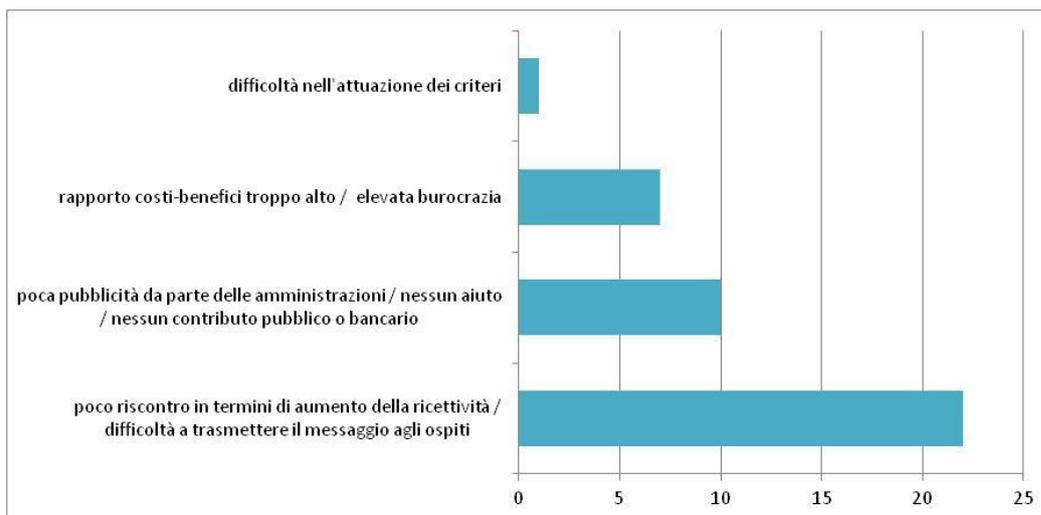


A questa domanda hanno risposto perlopiù gli stessi gestori che avevano risposto alla domanda precedente.

In questo caso, la maggioranza delle risposte (17%) è stata data in generale sul risparmio idrico, in alcuni casi puntualizzando il criterio specifico sulla riduzione del flusso dell'acqua.

A seguire, c'è stata un'equa distribuzione delle risposte per quanto riguarda l'eliminazione dei prodotti usa e getta e dei monodose, la raccolta differenziata e la sostituzione delle lampadine con elementi a risparmio energetico (8,5%). Questo risultato, nettamente in contrasto con il precedente, pone l'attenzione sulla relatività della difficoltà di applicazione dei criteri, probabilmente legata a fattori come cultura ambientale già esistente, tipologia di turisti, luogo in cui si trova la struttura, ecc...

Il grafico sotto riportato evidenzia le risposte alla domanda “Cosa vi ha deluso rispetto all'aspettativa iniziale?”



Questo risultato, già anticipato nell'introduzione, evidenzia che purtroppo il marchio Ecolabel UE non è ancora conosciuto ad un livello tale da generare un mercato indotto sufficiente a soddisfare le aspettative delle aziende turistiche che decidono di intraprendere il percorso della certificazione. La poca conoscenza del marchio, inoltre, genera due tipi di problemi; se da una parte, infatti, il gestore è deluso dal poco riscontro che ha in termini di affluenza, dall'altro si trova ad affrontare anche delle difficoltà nel trasmettere il messaggio agli ospiti che, a volte, chiedono i motivi di certe politiche della struttura. Strettamente legato a questo primo aspetto (probabilmente una delle cause), è la poca pubblicità da parte delle amministrazioni, sia centrali che locali. Per aumentare la conoscenza del marchio occorrerebbe, infatti, diffondere la sua conoscenza al pubblico tramite strumenti come pubblicità televisiva, cartellonistica, interventi a seminari e convegni aperti al pubblico, partecipazione a eventi a tema ambientale, ecc... Purtroppo, per avere un risultato tangibile, occorre avere delle risorse di cui al momento le amministrazioni pubbliche non dispongono.

I gestori sono anche infastiditi dalla troppa burocrazia cui devono sottostare per l'ottenimento del marchio. A tal proposito, si possono forse fare due distinzioni: in un caso si parla della burocrazia relativa alle carte da presentare nel corso dell'iter istruttorio, nell'altro della burocrazia intesa come tempi per ottenere effettivamente il rilascio del marchio. Nel primo caso ben poco si può fare, anche se un'ottimizzazione in questo senso si sta studiando. Infatti, l'ottenimento del marchio deve essere subordinato al possesso di requisiti che in alcuni casi sono verificabili soltanto tramite invio di relativa documentazione.

Nel secondo caso, l'esistenza di due "organi" con compiti distinti, ovvero il Comitato per l'Ecolabel e l'Ecoaudit – Sezione Ecolabel e l'ISPRA, quest'ultimo con il compito di eseguire le istruttorie tecniche, mentre il primo con funzioni di Organismo Competente per l'Ecolabel e, quindi, con il compito di approvare tali istruttorie e cedere il marchio, può portare ad un dilatarsi dei tempi complessivi.

Va comunque segnalato che il 15% degli intervistati ha risposto in modo positivo, asserendo che non ha avuto delusioni rispetto all'aspettativa iniziale.

Conclusioni

L'iniziativa di proporre un questionario a tutte le strutture ricettive in possesso del marchio Ecolabel UE non ha ricevuto il riscontro sperato; infatti, solo il 31% degli intervistati ha risposto. Ciò nondimeno, dall'analisi delle risposte pervenute sono emersi alcuni interessanti spunti di riflessione, sia per quanto riguarda il rapporto delle strutture con gli enti pubblici che con gli ospiti stessi.

Per quanto riguarda il primo aspetto, come già evidenziato, non può essere trascurato che, ben nell'84% dei casi, le strutture lamentano un'eccessiva burocratizzazione delle procedure di accesso al marchio Ecolabel UE che si sostanzia in due aspetti: l'eccessiva mole di documenti da presentare, ma anche i tempi di attesa per il rilascio del marchio Ecolabel UE, che spesso non sono compatibili con le esigenze di mercato.

L'altro elemento è, sicuramente, la mancanza di benefici, incentivi ed agevolazioni; in altre parole, le strutture non vedono, da parte della PP.AA., un adeguato riconoscimento degli sforzi effettuati a favore dell'ambiente, nonostante ciò significhi, per le strutture, internalizzare costi che, diversamente, graverebbero sulla collettività. I costi sostenuti dalle strutture per l'adeguamento ai criteri previsti per l'ottenimento dell'Ecolabel UE non sono, ad oggi, adeguatamente compensati dai benefici e, anche, se le strutture ammettono di aver rilevato un risparmio sia idrico che energetico, evidentemente questo non è sufficiente.

Un altro elemento interessante può essere l'erogazione di finanziamenti vincolati all'ottenimento del marchio Ecolabel UE mediante l'emanazione di bandi che si propongono di contribuire al miglioramento dell'impatto ambientale delle strutture. I contributi possono riguardare, come già successo, le spese finalizzate e funzionali all'ottenimento del marchio Ecolabel UE, riferibili sia ad eventuali servizi di consulenza, che all'acquisto di impianti e macchinari (ad esempio una nuova caldaia), che ad opere murarie e impiantistiche di adeguamento. Nelle regioni e nelle province dove tali contributi sono stati promossi, si è visto, in effetti, un incremento delle domande di certificazione.

Se è vero che il finanziamento è fine a se stesso, e non segue la struttura ricettiva nel mantenimento del marchio nel tempo, è pur vero che le opere e i macchinari eventualmente acquistati per migliorare il rendimento energetico e, in generale, l'impatto ambientale della struttura, nonché tutta una serie di comportamenti che anche il personale dipendente deve fare suoi per ottenere la certificazione, rimangono nel tempo e contribuiscono quindi comunque al miglioramento ambientale.

Diverso è il discorso del rapporto con gli ospiti ove le strutture non riscontrano l'atteso ed auspicato aumento dell'afflusso, probabilmente a causa della scarsa visibilità e, soprattutto, della scarsa conoscenza del marchio da parte di utenti, consumatori, agenzie di viaggio, tour operator, ecc...

Inoltre, le strutture ritengono non sia facile trasmettere agli ospiti i principi ed il messaggio di eco sostenibilità insito nell'Ecolabel. Accade, infatti, che anche quando gli

ospiti hanno dimostrato, in linea di principio, di apprezzare lo sforzo per l'ambiente, in realtà non sempre hanno capito in che modo questo si possa in concreto tradurre. Esempio evidente è la circostanza che in molti casi non è gradita l'assenza dei monodose, probabilmente perché è ancora diffuso l'errato convincimento che questo comporti una diminuzione nella sicurezza alimentare e/o nell'igiene.

Infine, l'anello di congiunzione tra struttura, PP.AA e ospiti, ovvero l'erogazione di benefici riservati ad ospiti di strutture a marchio Ecolabel UE, non viene mai sfruttato. Prevedere vantaggi per gli ospiti che prediligono l'utilizzo delle strutture Ecolabel UE, come ad esempio una riduzione dell'imposta di soggiorno, la riduzione dei costi per trasporti e/o per utilizzo di impianti ricreativi (balneazione, risalita impianti sciistici, ecc...), ingressi gratuiti a fiere, manifestazioni, eventi, ecc... costituirebbe senza dubbio un elemento incentivante per i turisti nella scelta delle strutture ricettive in possesso del marchio Ecolabel UE e, per queste ultime, una forte leva competitiva che indurrebbe ad aderire all'Ecolabel UE.