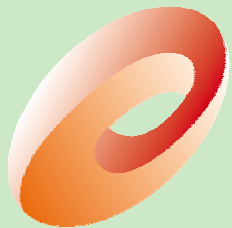


IL MONDO PRODUTTIVO & LA GREEN ECONOMY

TURISMO E COMMERCIO ALLA PROVA DELLA SOSTENIBILITA'

ROBERTO FARINA – OIKOS RICERCHE SRL

29 OTTOBRE 2010



Regione Emilia-Romagna

**Piano
Energetico
Regionale**

DEFINIZIONI

turismo sostenibile

Livello di attività turistica che può essere mantenuta a lungo termine, perché produce un beneficio netto per gli ambienti sociali, economici e culturali dell'area in cui si svolge (*ICOMOS, International Council on Monuments and Sites*)

commercio sostenibile

attività che si fonda su condizioni di produzione, modalità di acquisto e distribuzione, ruolo del consumatore fondati su criteri di sostenibilità ambientale e di equità sociale ed economica

CSR (Corporate Social Responsibility – Responsabilità Sociale d'Impresa)

integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate (*Commissione Europea, Libro Verde "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese", 18/7/2001*)

sotto il profilo della sostenibilità

Il TURISMO può essere considerato un'attività economica che consuma risorse (economiche ma anche culturali e territoriali), può produrre situazioni di criticità ambientale e territoriale e trasforma in permanenza l'assetto del territorio e quello socioeconomico, con effetti a breve e a lungo termine.

Il COMMERCIO è un'attività che comporta mobilità di persone merci, genera gravitazioni costituite da spostamenti di merci e persone sul territorio, può produrre criticità ambientali e territoriali, e in ogni caso trasforma in permanenza l'assetto del territorio.

Entrambi i settori di attività concorrono in misura significativa (determinante in alcuni Paesi tra cui il nostro) alla definizione e all'evoluzione degli equilibri/squilibri ambientali, socioeconomici e territoriali.

Principi e linee guida per un turismo sostenibile

- ❑ Carta di Lanzarote per un turismo sostenibile (Conferenza mondiale, 1995)
- ❑ Piano d'azione – Conferenza mondiale sul turismo sostenibile (1995) e documenti seguenti, tra i quali:
 - Climate change and tourism responding to global challenges*, Dichiarazione di Davos, 2007
 - Responsible tourism in destinations: the cape Town declaration*, 2002
 - Québec declaration on ecotourism*, 2002
 - The World ecotourism summit: final report*, 2002
 - Il Codice etico globale per il turismo* (World Tourism Organisation Unwto, 2001)
- ❑ I principi dell'UNEP – United Nations Environment Programme per un turismo sostenibile, 2002
- ❑ Le linee guida della Cbd – Convenzione sulla diversità biologica, sui temi della biodiversità e dello sviluppo del turismo
- ❑ La comunicazione della Commissione Europea COM(2006) 134 del 2006 “Rinnovare la politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo”

Le **chiavi** per perseguire la sostenibilità sono da ricercare per entrambi i settori di attività economiche:

- ❑ nel bilancio positivo tra impatti e benefici delle attività
- ❑ nell'innescò di fenomeni culturali, economici e sociali virtuosi in misura più significativa rispetto a fenomeni critici.

Il bilancio positivo si può conseguire:

- ❑ attenuando gli impatti negativi
- ❑ compensando gli impatti residui
- ❑ incrementando gli esiti positivi
- ❑ generando esiti positivi "secondi" (contributi indiretti a politiche pubbliche).

Requisiti del turismo sostenibile

- ❑ uso ottimale delle risorse ambientali che costituiscono un elemento chiave del proprio sviluppo, mantenendo i processi ecologici essenziali e contribuendo alla conservazione del patrimonio naturale e della diversità biologica
- ❑ rispetto dell'autenticità sociale e culturale delle comunità ospitanti, conservazione del loro patrimonio culturale costruito e vivente e dei loro valori tradizionali, e contributo alla compresenza e alla tolleranza interculturali
- ❑ assicurare una funzionalità economica fattibile e di lunga durata, garantendo benefici economici equamente distribuiti tra tutti gli stakeholders, con l'occupazione stabile e le opportunità di reddito e di servizi sociali per le comunità ospitanti, contribuendo alla lotta contro la povertà.

Una delle condizioni fondamentali per raggiungere la sostenibilità del turismo è “la partecipazione informata di tutti gli stakeholder rilevanti e un sistema di gestione e di governo delle politiche in grado di assicurare il necessario consenso. Il turismo sostenibile, più che una pratica stabile, va considerato un processo continuo, che richiede un controllo costante degli impatti, con l'introduzione di misure preventive e correttive quando occorre” (Annalisa Cicerchia, Risorse culturali e turismo sostenibile, Franco Angeli, Milano 2009).

Requisiti del commercio sostenibile

Si possono distinguere numerosi ambiti nei quali si declina il concetto di sostenibilità del commercio.

La riforma delle regole del commercio dei prodotti agricoli è da alcuni anni al centro dell'attenzione a livello internazionale: anche l'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO) se ne è occupata, peraltro senza risultati significativi. Gli obiettivi da perseguire sono molteplici: offrire maggiori opportunità ai produttori, in particolare nelle comunità rurali (equità sociale a livello internazionale); promuovere un'agricoltura che rispetti l'ambiente in materia di inquinamento delle risorse primarie (suolo e sottosuolo, acqua, atmosfera) e di impiego di energia pulita e da fonti rinnovabili; introdurre forme di distribuzione e regole commerciali rispettose del territorio, tutelare la salute, la qualità della vita e le esigenze economiche del cittadino/consumatore; migliorare la qualità e la sicurezza del lavoro.

Più in generale, le attenzioni affinché il commercio tenga conto di tutti gli aspetti della sostenibilità riguardano anche:

- ❑ promozione della trasparenza del mercato (diffusione e accessibilità delle informazioni sulla qualità, l'origine e il processo produttivo delle merci)
- ❑ applicazione dell'analisi del ciclo di vita ai processi di produzione e consumo, promuovendo la diffusione di prodotti realizzati con basso impiego di energia, e la produzione e il consumo di materiali riciclabili e di prodotti da riciclaggio
- ❑ applicazione di soluzioni ad alta efficienza energetica
- ❑ promozione di reti di acquisto innovative e alternative
- ❑ miglioramento dell'efficienza ambientale ed energetica della rete distributiva tradizionale, sia internalizzando e riducendo i costi ambientali e infrastrutturali (in particolare legati al trasporto), sia migliorando l'efficienza energetica delle sedi della distribuzione.

ENERGIA

Nei concetti di sostenibilità e di responsabilità sociale un ruolo decisivo è certamente costituito dall'**energia**, sia per il peso che essa rappresenta nel determinare il costo dei prodotti e dei servizi offerti, sia per il significato che l'impiego delle risorse, la tipologia delle fonti impiegate e il risparmio che ne può conseguire rivestono come fattori fondamentali nella qualità e competitività dei servizi, e nel bilancio ecologico ai diversi livelli territoriali interessati.

Requisiti energetici nei settori del turismo e del commercio

La componente energetica costituisce per le politiche del turismo e del commercio una quota rilevante del bilancio di sostenibilità.

Il settore turistico utilizza energia in modo diretto nella gestione delle strutture (condizionamento e riscaldamento delle strutture ricettive), nel funzionamento di impianti e infrastrutture; nei trasporti, nella gestione dei servizi accessori. In forme indirette la componente energia entra nel bilancio ambientale attraverso le azioni dei soggetti (stili di comportamento del turista: mobilità, consumi).

Requisiti energetici nei settori del turismo e del commercio

Un vasto ambito di azione per la qualificazione energetica del settore è costituito dall'adeguamento del patrimonio edilizio delle strutture alberghiere e delle altre strutture che fanno parte dei servizi offerti.

La modernizzazione di tale patrimonio comporta indubbiamente tra le numerose azioni necessarie quella di un miglioramento sostanziale delle prestazioni energetiche per ridurre i consumi, anche attraverso la produzione di acqua calda (pannelli solari) e le piccole produzioni energetiche da fonti rinnovabili (fotovoltaico ed altre fonti).

Riduzioni significative di consumi energetici possono essere conseguite anche attraverso l'ottimizzazione di processi legati al ciclo dei servizi turistici (raccolta differenziata dei rifiuti, ecc.)

Contenimento degli impatti legati alle attività ricettive in relazione al settore energetico

In base a dati ANPA il consumo energetico per presenza nel settore alberghiero italiano è quattro volte superiore ai consumi giornalieri per abitanti nel settore civile.

Modelli di certificazione in uso nelle strutture ricettive

- Sistemi di gestione ambientale (ISO 14001) e Regolamento EMAS
- Marchio Eco-Label esteso nel 2003 dalla Comunità Europea al settore turistico
- Attestato di certificazione energetica (ACE)

Utilizzo di fonti energetiche rinnovabili e alternative

- Pannelli solari per acqua sanitaria e riscaldamento di ambienti
- Pannelli fotovoltaici per produzione di energia elettrica
- Impianti microeolici per produzione di energia elettrica
- Impianti mini-Hydro per produzione di energia elettrica
- Pompe di calore (ad aria, geotermiche) per condizionamento
- Caldaie a biomassa per acqua sanitaria e riscaldamento di ambienti

I criteri dell'Ecolabel prevedono che almeno il 22% dell'energia elettrica consumata dalla struttura e dell'energia utilizzata per il riscaldamento provengano da FER.

Produzione di calore

- ❑ Caldaie a 4 stelle (Direttiva 92/42/CE), tra le quali le caldaie a condensazione: riduzione dei consumi fino al 20% rispetto a caldaie tradizionali e fino al 40% se associati a impianti di riscaldamento a basse temperature (pannelli radianti o riscaldamento a pavimento)
- ❑ Cogenerazione: produzione combinata di energia elettrica ed energia termica –Sistemi di piccola cogenerazione (35-200 kW di potenza) applicabili a strutture alberghiere: ammortamento del costo dell'investimento in 4/5 anni.

I criteri dell'Ecolabel prevedono che le nuove caldaie abbiano un rendimento superiore al 90% e che nel caso di utilizzo di carbone o di oli combustibili, questi abbiano un tenore di zolfo inferiore allo 0,2%

Isolamento dell'edificio

- Interventi di coibentazione (cappotto esterno – isolamento interno – isolamento nell'intercapedine muraria)
- Interventi di isolamento dei serramenti

Architettura bioclimatica

- Progettazione dell'edificio in armonia con il clima
- Interventi di riscaldamento passivo, tetti verdi, serre solari, muri di Trombe
- Scelta dei materiali

Gestione energetica

- Condizionamento
- Elettrodomestici e dispositivi elettronici
- Illuminazione
- Comportamenti degli utenti

Nel settore del commercio

il tema energetico è di grande rilievo in varie fasi del processo di distribuzione: la conservazione dei prodotti alimentari, la logistica delle merci nel settore del commercio all'ingrosso, il trasporto delle merci, la conservazione dei prodotti nelle sedi degli esercizi di vendita al dettaglio, la climatizzazione degli esercizi di vendita, la possibilità di impiego di fonti energetiche rinnovabili.

In modo indiretto, il sistema delle gravitazioni territoriali dei consumi, con gli spostamenti indotti dalla localizzazione dell'offerta rispetto alla domanda, genera consumi energetici molto significativi, dal momento che la gran parte degli spostamenti avviene con auto private. Sono interessanti in questo campo le esperienze di contributi compensativi richiesti in sede di autorizzazione di grandi strutture di vendita, allo scopo di finanziare politiche di qualificazione e potenziamento del trasporto pubblico locale.

Gli stessi progetti di valorizzazione commerciale (oggi programmi di intervento locale relativi ai centri commerciali naturali, ai sensi dell'art.36 della L.R.20/2005) hanno spesso come contenuto significativo progetti e azioni finalizzate al miglioramento delle prestazioni energetiche dei sistemi economici e territoriali caratterizzati dalla presenza di una rete commerciale tradizionale.

Esperienze di applicazione di criteri di sostenibilità energetica nelle grandi strutture commerciali

SONAE SIERRA (multinazionale portoghese/britannica), proprietaria di 51 centri commerciali in 7 paesi ha da tempo attivato una politica ambientale basata su un proprio Sistema di gestione ambientale, certificato secondo la norma ISO 14001.

Il SGA coinvolge tutte le attività dell'impresa e si applica in tutti i paesi in cui opera la Società; è stato progettato per migliorare l'auto-efficienza, promuovere il controllo degli impatti ambientali significativi derivanti dalle attività svolte, dare continuità agli impegni politici assunti.

Esperienze di applicazione di criteri di sostenibilità energetica nelle grandi strutture commerciali



centro commerciale Vasco Da Gama a Lisbona

Esperienze di applicazione di criteri di sostenibilità energetica nelle grandi strutture commerciali

HENDERSON - ST.JAMES SHOPPING CENTRE a Edinburgo

Nel complesso - di cui è in fase di approvazione il progetto di integrale rigenerazione urbanistica e architettonica - è stata ottenuta nel 2009 una riduzione del 13,6% delle emissioni, implementando tecnologie ad alta efficienza e sensibilizzando dipendenti e utenti ad un uso consapevole dell'energia.

Esperienze di applicazione di criteri di sostenibilità energetica nelle grandi strutture commerciali



Esperienze di applicazione di criteri di sostenibilità energetica nelle grandi strutture commerciali

CARREFOUR

Dal 2005 il Gruppo ha raggiunto l'obiettivo della riduzione del 14% del fabbisogno energetico, evitando l'immissione in atmosfera di circa 36.000 tonnellate di CO₂, pari al consumo elettrico annuale di una città di 100.000 abitanti. L'obiettivo è la riduzione del 20% dei consumi in cinque anni.

L'efficacia elettrica dei punti vendita è stata migliorata attraverso: installazione di tecniche di illuminazione ad elevato rendimento; riduzione dei consumi energetici nei banchi frigoriferi e surgelati.

COOPADRIATICA

Entro il 2010 prevede di raggiungere i 6 megawatt di potenza prodotta da fotovoltaico, per raggiungere entro il 2013 il 4,5-5% del consumo. Le sedi dotate di fotovoltaico sono oggi circa 40.

POLITICHE REGIONALI PER LA SOSTENIBILITÀ: COMMERCIO

Criteri per la valutazione delle compatibilità ambientali ai fini dell'individuazione delle aree idonee per l'insediamento di grandi strutture di vendita

Disposizioni della Delibera C.R. n.1410 del 29.02.2000:

- ❑ vedi indirizzi di cui ai punti 2.2 e 4.3 dei Criteri della del. C.R. n.1253/99
- ❑ le Province attraverso il PTCP effettuano una verifica della sostenibilità e della compatibilità ambientale delle scelte relative al dimensionamento della capacità insediativa e alla individuazione delle aree idonee all'insediamento delle grandi strutture di vendita rispetto alle strategie di assetto territoriale di scala provinciale; effetti sulla rete viaria: compatibilità dei livelli di saturazione

Indicatore B1: criteri di sostenibilità da valutare nella ValSAT del PTCP

Quando viene effettuata dal PTCP, l'individuazione di aree idonee per l'insediamento di grandi strutture di vendita è assoggettata a valutazione di sostenibilità ambientale e territoriale, in base alle procedure adottate dal PTCP per la ValSAT.

Per quanto riguarda le prescrizioni, direttive e indirizzi assegnati ai PSC, i PTCP contengono numerose indicazioni specifiche relative ai criteri da adottare e alle valutazioni da effettuare, specificando in vari casi condizioni a cui sono assoggettate le scelte di pianificazione comunale relative alle grandi strutture di vendita.

REGIONE EMILIA-ROMAGNA - ALLEGATI TECNICI ALLE DOMANDE DI AUTORIZZAZIONE PER GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

(Del. G.R. N.1705 del 10.10.2000)

SCHEDE TECNICHE DI INDIRIZZO PER LA REDAZIONE DELLO STUDIO DEGLI EFFETTI AMBIENTALI DEGLI INTERVENTI PROPOSTI

SCHEDA N. 7 - IMPATTO ENERGETICO

Problematiche da esaminare

- Ciclo dei consumi energetici
- Alterazioni climatiche
- Qualità del microclima interno ed esterno.

Obiettivi e livelli di qualità

- Ottimizzazione delle risposte del sistema edilizio alla situazione meteorologica
- Riduzione dell'emissione di gas climalteranti.
- Sostituzione di combustibili tradizionali
- Strategie di qualificazione ecologica (rinverdimento pensile, bioarchitettura, ecc.)

Criteri di mitigazione

- Interventi sull'involucro edilizio
- Interventi sulle caratteristiche e il dimensionamento degli impianti
- Innovazioni nella tipologia degli impianti
- Interventi sulla concezione del rapporto tra edificio e impianto

Indicazioni metodologiche per le analisi

- Caratterizzazione della situazione meteorologica della zona
- Calcolo dei fabbisogni energetici per tipologia di impieghi:
 - climatizzazione invernale
 - climatizzazione estiva
 - illuminazione interna
 - illuminazione esterna
 - riscaldamento dell'acqua
 - trasporto di cose e persone
- Valutazione dell'efficienza dei sistemi di climatizzazione, controllo e impiego di energia

ACEA – aree commerciali ecologicamente attrezzate

Provincia di Bologna: Linee-Guida per la realizzazione delle ACEA

Le Linee Guida per la realizzazione di Aree Commerciali Ecologicamente Attrezzate (ACEA), forniscono una check list con la quale poter orientare le decisioni, ed in particolare le scelte progettuali, per la realizzazione di un'area commerciale definibile ecologicamente attrezzata, fornendo al contempo un primo strumento operativo utile al controllo degli obiettivi di qualità energetico-ambientale.

Le Linee Guida non nascono come iniziativa isolata e a sé stante, ma si inseriscono e discendono da un quadro strategico e normativo molto vasto e ormai consolidato: derivano dalle Direttive e dagli Obiettivi di sostenibilità ambientale della Comunità Europea, si appoggiano e si intrecciano alle azioni governative che il nostro Paese sta mettendo in campo per il perseguimento dei suddetti obiettivi (ad esempio il D.Lgs 311/2006), e infine rappresentano la conseguenza e l'evoluzione di quanto la Provincia di Bologna già aveva stabilito nelle direttive e negli indirizzi contenuti nel proprio PTCP.

Misure di mitigazione e compensazione

Provincia di Ravenna: Variante 2010 al PTCP (POIC 2010)

Il POIC introduce direttamente, per le previsioni più rilevanti, specifiche prescrizioni finalizzate a garantire la sostenibilità degli interventi, definendo disposizioni relative alla mitigazione e alla compensazione di effetti ambientali.

- Polo funzionale ESP in comune di Ravenna*
- Polo funzionale di Faenza intorno al casello autostradale*
- Area della darsena del Porto Canale di Ravenna*

Criteria perequativi e compensativi

Provincia di Bologna: perequazione territoriale (art. 14 POIC)

L'attuazione di nuovi insediamenti commerciali di rilevanza provinciale o sovracomunale, è soggetta a perequazione territoriale. A tal fine, sulla base dell'Accordo Territoriale sottoscritto dalla Provincia e dai Comuni coinvolti nella realizzazione degli interventi, le risorse derivanti ai Comuni dall'attuazione di nuovi insediamenti commerciali di rilevanza provinciale o sovracomunale confluiscono in un Fondo.

La costituzione del fondo ha lo scopo di finanziare:

- a. con una parte delle risorse pari al 75% la realizzazione, nel territorio provinciale, delle opere infrastrutturali strategiche e prioritarie secondo il Piano della Mobilità Provinciale connesse alla realizzazione delle specifiche previsioni;
- b. con una parte delle risorse pari al 25% gli interventi nei centri urbani, e in particolare nei "centri commerciali naturali" a sostegno della qualificazione e valorizzazione del commercio tradizionale e di vicinato.

Dati sul settore del commercio

Rete distributiva del commercio al dettaglio in sede fissa nella regione Emilia-Romagna

Numero esercizi commerciali al dettaglio nella nostra regione: 72.731

- ❑ Incremento tra il 1998 e il 2009: 10,8%, a fronte di un incremento della popolazione regionale del 10,5%.
- ❑ Numero di esercizi non alimentari: + 14,2%, con un guadagno di circa 6.800 esercizi (da 47.939 a 54.747)
- ❑ Numero di esercizi alimentari: stabile (17.685 nel 1998, 17.984 nel 2009).
- ❑ Esercizi più piccoli (SV < 150 mq.) 91,0% degli alimentari e 91,3% dei non alimentari
- ❑ Grandi strutture di vendita (SV > 2.500 mq.): 45 alimentari e 78 non alimentari (+ 12 unità alim. e +14 unità non alimentari rispetto al 1998).

Superficie totale degli esercizi commerciali 6.835.775 mq. di superficie di vendita (+ 20,7% rispetto al 1998)

- ❑ Superfici alimentari: 1.809.000 mq. nel 2009, circa 300.000 mq. in più rispetto al 1998.
- ❑ Superfici non alimentari: 5.026.700 mq., quasi 2,2 milioni di mq. in più rispetto al 1998.
- ❑ Grandi strutture alimentari: 263.000 mq., poco meno del 15% del totale degli esercizi
- ❑ Grandi strutture non alimentari: 377.000 mq. di SV (7,5% del totale)

Nel non alimentare la rete tradizionale di piccola e media dimensione, tendenzialmente in calo nel periodo 1998-2009, è ancora largamente prevalente, dal momento che il 60,9% delle superfici (62% nel 1998) è costituito dalle strutture fino a 250 mq.

Dati sul settore del turismo in Emilia-Romagna

Numero e capacità delle strutture turistiche – arrivi e presenze

Nella regione esistono al 2009:

- ❑ 4.598 esercizi alberghieri con 290.809 posti letto (le strutture hanno mediamente 32 camere e 63 posti letto) *Superficie totale degli esercizi commerciali* 6.835.775 mq. di superficie di vendita (+ 20,7% rispetto al 1998)

Nel decennio 2000-2009 l'insieme delle strutture a 3, 4 e 5 stelle è passato da 2.280 a 2.911 unità (+ 28%), con incremento dei relativi posti letto del 35%.

Le strutture a 1-2 stelle si sono quasi dimezzate, passando da 2.710 a 1.455.

Le residenze turistiche sono passate nello stesso decennio da 85 a 232.

Il comparto extra-alberghiero è costituito a fine 2009 da:

- ❑ 132 campeggi e villaggi turistici, per oltre 86.000 ospiti
- ❑ 556 alloggi agro-turistici con quasi 7.000 posti letto
- ❑ 1.701 alloggi dati in affitto da imprese turistiche, con oltre 17.700 posti letto
- ❑ 1.394 bed & breakfast con 5.906 posti letto
- ❑ 247 altre strutture con 20.000 posti letto complessivi.

*Dati sul settore del turismo in Emilia-Romagna
Numero e capacità delle strutture turistiche – arrivi e presenze*

ARRIVI nelle strutture alberghiere e complementari nel 2009:

□ 8.704.032 (+ 16-17% nell'ultimo decennio)

PRESENZE: 38.256.860 (+ 5% nell'ultimo decennio)

□ permanenza media: passa da 4,9 a 4,4 giorni.

La Riviera assomma il 55% degli arrivi e il 73% delle presenze; seguono le città capoluogo (24% degli arrivi e 12% delle presenze), le Terme (3,5% di arrivi e di presenze), gli altri comuni (14,5% degli arrivi e 9% delle presenze), l'Appennino (3% sia di arrivi che di presenze).

I turisti italiani rappresentano il 77% sia degli arrivi che delle presenze. I turisti stranieri sono il 23% e nel 2009 sono complessivamente diminuiti (- 4% arrivi, - 3,5% presenze), soprattutto nel settore alberghiero