

Allegato A: CONTESTO E SFIDA

CHANGE

La SFIDA: offrire soluzioni innovative per cambiare il modo di viaggiare in Italia ed agire sul clima.

CHANGE è la proposta per l'ultima sfida del 2019 di FactorYmpresa Turismo, il programma di incentivi partito nel 2017 con la Direzione Turismo del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo MiBACT e gestito da INVITALIA | L'Agenzia per lo Sviluppo.

Con CHANGE, gli innovatori in startup sono chiamati a mettersi in gioco proponendo progetti imprenditoriali in grado di creare valore per chi viaggia, per chi ha la responsabilità del governo delle Destinazioni Turistiche, per gli operatori economici della lunga filiera turistica, in particolare quella ricettiva e dei servizi sul tema, molto ampio, del green.

1

Sostenibilità del turismo e responsabilità verso il pianeta: CHANGE mette al centro le sensibilità di chi cerca e vuole trovare in tutte le fasi dell'esperienza di viaggio contesti coerenti con i propri stili di vita, ovvero persone che non sono disposte su questi temi a scendere ad alcun compromesso. CHANGE parte del presupposto che l'insieme degli attori dell'offerta turistica, privati e pubblico, non possono evitare di tenerne conto.

Sono attesi progetti innovativi che mettono al centro la persona che prepara, vive e racconta la propria esperienza nel viaggio, offrendogli soluzioni per scegliere, verificare, giudicare tutti gli aspetti e comportamenti che ruotano attorno alle proprie sensibilità green.

CHANGE cerca progetti innovativi utili anche a chi ha la responsabilità del governo, per rendere il contesto di una Città e di una Destinazione Turistica facili per chi intende fruire tutto quello che viene offerto in una modalità consapevolmente sostenibile e responsabile.

Sono infine i benvenuti progetti innovativi orientati agli operatori della lunga filiera dell'ospitalità, idee progettuali finalizzate a far sentire a casa propria la persona attenta all'impatto ambientale anche quando viaggia, favorendo l'incontro tra una domanda di contesti sostenibili e responsabili e un'offerta in grado di abbattere barriere d'accesso, dove l'etica, lo spreco, il risparmio dei consumi, l'ambiente e il clima sono elementi che diventano parti visibili della propria carta del valore.

Dopo la sfida ACCESSIBILE!, anche questa sfida fa riferimento ad uno dei tre pilastri del Piano Strategico Nazionale del Turismo 2017 - 2023: Sostenibilità, Accessibilità, Innovazione.

“Il Piano Strategico del Turismo mette in primo piano la sostenibilità, declinandola non solo in termini strettamente ambientali ma anche con riferimento allo sviluppo economico, alla mobilità intermodale e dolce, alla sostenibilità economica e territoriale, alla fruizione del patrimonio, alla creazione e all'innovazione di prodotti turistici, all'uso delle risorse finanziarie, all'autenticità e identità.

(...) La sostenibilità nel turismo, come elemento essenziale di competitività, diviene un fattore di sviluppo moderno e creativo, capace di favorire l'evoluzione dei modelli tradizionali di turismo nel rispetto delle nuove esigenze della domanda.”

Il turismo in tutto il mondo alla prova del cambiamento.

L'impatto dei turisti sull'ambiente è elevatissimo: secondo i dati dell'Eea – l'Agenzia europea per l'ambiente del 2016, per esempio, i turisti europei consumano ogni giorno dalle 3 alle 4 volte l'acqua che

consumerebbero normalmente, mentre il trasporto aereo in UE sarebbe uno dei settori maggiormente responsabili delle emissioni di gas serra in atmosfera.

Se pianificato e gestito in modo responsabile, il turismo ha dimostrato la sua capacità di sostenere la creazione di posti di lavoro, promuovere l'integrazione sociale inclusiva, proteggere il patrimonio naturale e culturale, conservare la biodiversità, generare mezzi di sussistenza sostenibili e migliorare il benessere umano. Poiché il settore sta vivendo un'enorme crescita, gli sforzi collettivi per garantire la sua sostenibilità a lungo termine sono essenziali.

Per questo motivo numerose sono state le attività organizzate dalle Nazioni Unite sull'argomento, tra cui l'elaborazione del Global Report on Sustainable Tourism for Development, un rapporto con l'obiettivo di raccogliere buone prassi da tutto il mondo per rendere ancora più attivo il dibattito.

Per l'UNTWO, il turismo sostenibile è "il turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti".

3

Le linee guida per lo sviluppo del turismo sostenibile e le pratiche di gestione dell'UNWTO sono applicabili a tutte le forme di turismo in tutti i tipi di destinazioni, incluso il turismo di massa e i vari segmenti del turismo di nicchia. I principi di sostenibilità si riferiscono agli aspetti ambientali, economici e socioculturali dello sviluppo del turismo e un equilibrio adeguato deve essere stabilito tra queste tre dimensioni per garantire la sostenibilità a lungo termine.

Il 2017 è stato l'Anno Internazionale del Turismo Sostenibile per le Nazioni Unite.

Il programma "One Planet per il turismo sostenibile" è una partnership multi-stakeholder che ha l'obiettivo generale di migliorare l'impatto dello sviluppo sostenibile del settore turistico entro il 2030, sviluppando, promuovendo e aumentando le pratiche di consumo e produzione sostenibili che promuovono l'uso



efficiente delle risorse naturali, producendo meno rifiuti e affrontando le sfide del cambiamento climatico e della biodiversità.

Il 9 e 10 dicembre si terrà a Santiago, in Cile, il simposio internazionale del programma "One Planet per il turismo sostenibile" e l'incontro annuale sul tema "*Transforming tourism for climate action*" come evento collaterale a margine dell'UNFCCC COP2. Si tratta di una conferenza internazionale che coinvolgerà i responsabili politici e i rappresentanti del settore privato che sono alla guida e impegnati ad accelerare l'azione per il clima nel turismo, con particolare attenzione ai cambiamenti climatici, alla biodiversità, alla plastica e all'economia circolare.

CHANGE, in ideale connessione con il Cile, prova a cercare soluzioni innovative per la filiera turistica italiana.

La domanda di viaggi sostenibili

I viaggiatori di tutte le età sono sempre più consapevoli dell'impatto dei propri viaggi sulle destinazioni e sul pianeta.

Secondo il report di sostenibilità di viaggio di Booking.com (2019):

- Oltre la metà (55%) dei viaggiatori in tutto il mondo dichiara di essere determinata a fare scelte sui loro viaggi in maniera sostenibile
- Queste decisioni sostenibili includono l'alloggio: il 73% dei viaggiatori in tutto il mondo ha intenzione di pernottare almeno una volta in una sistemazione eco-friendly o ecologica per l'anno successivo
- Inoltre, il 70% dei viaggiatori in tutto il mondo dichiara che sarebbero più propensi a prenotare una sistemazione sapendo che è eco-friendly, sia che stiano organizzando un soggiorno sostenibile o meno
- Per la Generazione Z (16-24 anni), i viaggiatori del futuro, l'impatto ambientale dei viaggi è determinante nella scelta della destinazione (54%)

Secondo il 9° Rapporto Univerde 2019, il 75% degli italiani preferisce strutture ricettive che non utilizzano plastiche monouso e l'80% si dichiara preoccupato dell'impatto che l'utilizzo della plastica monouso ha sull'ambiente tanto da considerarla un'emergenza cui si deve porre rimedio.

Per lo stesso rapporto, cresce all'81% (+3% rispetto alla ricerca precedente) la percentuale sul livello di conoscenza della definizione di "turismo sostenibile" inteso come quello che rispetta l'ambiente e cerca di ridurre il consumo di energia e di risorse del territorio. Il "vincolo di sostenibilità" per un'area turistica rappresenterebbe una necessità o un'opportunità di crescita per il suo sviluppo economico, secondo ben l'89% degli utenti. Per i trasporti, il 65% rinuncerebbe all'auto se la meta fosse raggiungibile in treno; il 58% se sul posto ci fosse il car sharing e il 51% se potesse usare l'autobus per arrivare alla destinazione.

Per "Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile", un'indagine annuale sull'atteggiamento degli italiani nei confronti della sostenibilità effettuata da LifeGate in collaborazione con Eumetra MR, sono ben 8,1 milioni di italiani pronti a partire per un viaggio che sia rispettoso dei territori attraversati e di chi li abita.

Per questo il numero di coloro che organizzano vacanze sostenibili - dalle avventure in bici al trekking - è aumentato sensibilmente nell'ultimo anno, passando da 2,5 a 3,5 milioni.

Insomma, tanti sono gli indicatori che disegnano un mercato sempre più sensibile a modelli di consumo green ed una domanda, specie quella delle nuove generazioni, che richiede in modo sempre più pressante servizi connotati dalla sostenibilità come caratteristica ormai irrinunciabile.

Le aree possibili di innovazione

È molto ampia la domanda di servizi turistici innovativi e green, per tutti gli attori del mercato turistico (viaggiatori, operatori turistici, operatori dei trasporti e delle filiere contigue, soggetti della governance). È pertanto possibile fare business immaginando soluzioni che agiscano, per esempio, sulle seguenti aree di lavoro sulle quali l'Italia turistica richiede innovazione:

✓ Mobilità e fruizione del territorio

Promuovere ed accompagnare la fruizione sostenibile del territorio decentrando i flussi, mettendo in rete le realtà meno conosciute con i principali attrattori turistici, promuovendo il turismo slow (in bici e a piedi), lo sviluppo della mobilità dolce (cammini, ciclovie, ippovie...) o sistemi di mobilità elettrica ed intermodale e la fruizione responsabile di contesti paesaggistici diffusi come i parchi, la montagna e le aree rurali.

✓ Turismo attivo

È uno dei segmenti più dinamici e in crescita del settore turistico. Investire in servizi connessi alla pratica sportiva, ad attività all'aria aperta può aiutare gli operatori ad intercettare fette di domanda internazionale sempre più crescenti e con una dichiarata vocazione al consumo turistico green.

✓ Overtourism

Monitorare i flussi di visitatori per informazioni aggiornate sui flussi e programmare i servizi pubblici o il governo delle destinazioni.

✓ Ingaggio e coinvolgimento dei viaggiatori

Informare i viaggiatori circa le modalità di consumo sostenibile che il territorio ha scelto di adottare invitando gli ospiti a collaborare anche creando incentivi e motivazioni ad adottare comportamenti responsabili e a partecipare ad attività di monitoraggio e di segnalazione di eventuali situazioni di degrado o di altre situazioni di eccezionalità.

✓ Formazione degli operatori

Formare gli operatori del settore, in particolar modo coloro che svolgono mansioni da front office e che intendono acquisire nuove competenze finalizzate alla riduzione degli impatti dei consumi turistici.

✓ Marketing

Accompagnare operatori turistici e destinazioni a raggiungere i mercati più sensibili a modelli di consumo responsabile, anche al fine di massimizzare i profitti derivanti da investimenti green.

✓ Energia e strutture eco-compatibili

Sviluppare i sistemi dell'efficienza energetica e il ricorso alle fonti rinnovabili in tutti i comparti della filiera produttiva del turismo (ospitalità, ristorazione, trasporti, attrattori, etc), al riutilizzo di strutture esistenti, di materiali e i materiali riciclati, alla realizzazione di strutture temporanee e facilmente amovibili.

✓ Plastic free

L'80% degli 8 milioni di tonnellate di rifiuti che finiscono in mare sono di materiale plastico e rappresentano uno dei principali fattori di aggressione della biodiversità marina e di degrado della fascia di litorale. L'adozione di misure per fare a meno della plastica monouso si è moltiplicata sia presso le amministrazioni locali sia presso gli operatori economici rappresentando anche un elemento caratterizzante particolarmente apprezzato dai turisti

✓ Ecosistemi

Gestire le risorse turistiche in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo i processi ecologici essenziali, la diversità biologica, i sistemi di vita della destinazione.

Alcune fonti d'ispirazione:

Travel Trends: On The Go With Generation Z

CMO by Adobe

http://bit.ly/gen_z_travel

Destination Gen Z

Booking.com

http://bit.ly/destination_z

American Baby Boomer Versus Millennial Travelers, Expedia Group, 2018

http://bit.ly/american_travelers

Gen Z Travel Trends Study

Expedia Group, 2018

http://bit.ly/gen_z_travel_trends

Generations on the Move

The Center for Generational Kinetics per Expedia Group, 2018

http://bit.ly/generations_on_the_move

ENIT Agenzia Nazionale Turismo. Azioni Italia Sostenibile

http://bit.ly/ENIT_Azioni_Italia

Carta Europea del Turismo sostenibile

http://bit.ly/carta_europea



UNWTO - Guidebook "Sustainable Tourism for Development"

http://bit.ly/UNWTO_sustainable

UNWTO - Tourism and the Sustainable Development Goals

http://bit.ly/UNWTO_goals