

un progetto virtuoso che fa bene al turismo

di Carlo Ortega

Il 2017 è stato dichiarato dall'Onu "anno del Turismo sostenibile". Ma sostenibilità, oltre a riduzione degli sprechi e delle emissioni, significa anche gestione consapevole dei rifiuti, specie quando le città si riempiono di turisti. E qui entra in scena il progetto "Urban-Waste", che coinvolge Firenze e altre 10 mete turistiche in tutta Europa. Vediamo di cosa si tratta.

Mantenere belle e pulite le città turistiche durante l'alta stagione non è affar semplice. Il perché lo si capisce molto in fretta, se si calcola che, in coincidenza dei picchi stagionali, o dei giorni di maggiore afflusso, le principali mete turistiche italiane ed europee vedano aumentare la propria popolazione da 2 a ben 10 volte, con un impatto enorme sulla produzione di rifiuti e sull'organizzazione del loro smaltimento. D'altra parte siamo di fronte al classico gatto che si morde la coda, perché in città sporche si soggiorna

malvolentieri e difficilmente si decide di tornare. Con buona pace di quella che, in molte zone del mondo (e l'Italia è tra queste), è ormai diventata l'industria del terzo millennio.

Il progetto "Urban-Waste", nell'anno Onu del Turismo sostenibile

Questo il problema. E la soluzione? Una proposta, proprio nell'anno del "Turismo sostenibile (come l'Onu ha dichiarato questo 2017) arriva dal progetto Urban-Waste (www.urban-waste.eu), finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Horizon 2020, e nato per affrontare proprio il tema dei rifiuti nelle città turistiche con l'obiettivo finale di supportare i decisori politici nella definizione di strategie efficaci ed innovative di gestione dei rifiuti, mirate a ridurre la produzione e migliorarne la gestione.

Le città coinvolte, dalla Danimarca alla Grecia

Il progetto, presentato a giugno a Firenze (tra i partner c'è proprio la Re-

gione Toscana, perla del turismo con mete mozzafiato apprezzate in tutto il mondo per il loro valore naturalistico, storico e artistico), coinvolge 11 città pilota europee: oltre a Firenze (IT), troviamo nell'elenco Nizza (FR), Lisbona (PT), Siracusa (IT), Copenhagen (DK), Kavala (GR), Santander (ES), Nicosia (CY), Ponte Delgada (PT), Dubrovnik – Neretva (HR), Tenerife (ES).

Un caso esemplare: la Toscana

Il caso della Toscana è esemplare, e ben sintetizza le dinamiche del progetto, anche perché è una meta ambita dai turisti: arrivano nella nostra regione 90 milioni di turisti l'anno, un flusso che vede Firenze tra le città più visitate con un totale di 3,583 milioni di arrivi e 9,169 milioni di presenze nel 2015, secondo quanto riportato da IRPET con riferimento ai dati 2015.

L'asse operativa, fra enti locali e realtà associative

Ma entriamo ora più nel dettaglio dell'iniziativa: alla base di tutto c'è un'asse operativa, il cui perno è rappresentato da una comunità di pratica, a cui hanno già aderito il Comune di Firenze, la Città Metropolitana di Firenze, i 4 Comuni del Chianti fiorentino, Alia Spa, Cispel, Ato Toscana Centro, il Dipartimento di Ingegneria industriale-Unifi, Confindustria, Confesercenti, Assohotel, Federagit, Fiepet, Federalberghi, Turismo senza barriere, Legambiente, A.R.R.R., Camera di Commercio – Albo gestori ambientali, Firenze Marathon. Tale "comunità" si configura come un ambiente "di pratica", cioè un luogo spontaneo e volon-



tario di partecipazione che coinvolge cittadini ed attori locali che operano nel settore della gestione dei rifiuti, del turismo e dell'associazionismo locale.

Alcune proposte avanzate

Tra le proposte già avanzate troviamo azioni di riduzione dello spreco alimentare, come il coinvolgimento di ristoranti e alberghi con servizi di ristorazione nella realizzazione di azioni specifiche (es. doggy bag, prezzi maggiorati per avanzi da servizi a buffet) da promuovere attraverso la campagna di comunicazione del progetto; introduzione di un marchio per la prevenzione e corretta gestione dei rifiuti; coinvolgimento di strutture ricettive, pubblici esercizi e esercizi commerciali nella realizzazione di buone pratiche di prevenzione e gestione dei rifiuti, con attribuzione di specifico marchio da promuovere attraverso la campagna di comunicazione del progetto; promozione del consumo di acqua di rete: pubblicizzazione dei fontanelli di

acqua di rete, costituzione di una rete di bar che offrono gratuitamente il servizio di "riempimento borracce" con acqua di rete da promuovere attraverso la campagna di comunicazione del progetto; campagne di comunicazione mirate ad affrontare alcune criticità specifiche (es. informazione delle maestranze di esercizi commerciali e pubblici esercizi sulla corretta raccolta dei rifiuti, sensibilizzazione di affittacamere e così via).

E c'è anche una "app"

Poteva mancare una app dedicata? Certo che no: e infatti, visto che le varie attività sul territorio potrebbero confondere le idee ai turisti itineranti, proprio per il progetto è stata pensata e creata una "app" appositamente sviluppata, facile e intuitiva, attraverso la quale i fruitori possono raccogliere, in modo totalmente gratuito, tutte le info necessarie sulla modalità di raccolta dei rifiuti nel territorio che li accoglie, sulla localizzazione dei contenitori per



la raccolta oppure sulle altre azioni di progetto (ad esempio la localizzazione dei fontanelli di distribuzione dell'acqua). Al centro c'è il concetto di "gamification": i turisti che realizzano alcune azioni virtuose sulla prevenzione e corretta raccolta dei rifiuti ottengono dei punti che corrispondono a premi, ad esempio biglietti gratuiti su mezzi pubblici o di ingresso a musei, gadget, sconti in bar, ristoranti o strutture ricettive. Gli operatori del settore turismo (hotel, bar, ristoranti, b&b, musei ed altri interessati ad offrire premi) vengono pubblicizzati attraverso l'applicazione.

ENVIRONMENTAL PRODUCT DECLARATION

DA OGGI ALPHA CON CERTIFICAZIONE

EPD®

L'ultimo traguardo
green di Filmop!



FILMOP
INTERNATIONAL



Sfoggia la
nostra

**Green Company
Profile!**



Cod. MA2606701U000

Visita filmop.com