

# Linee guida

## Assumersi la responsabilità per il clima

Guida per destinazioni con l'obiettivo delle emissioni nette pari a zero



# Indice

Prefazione .....	1
Introduzione	
La sfida della protezione del clima nel turismo .....	2
Guida rapida – 5 passaggi verso una completa protezione del clima .....	3
Il progetto e le destinazioni coinvolte .....	4
Il percorso verso le emissioni nette pari a zero	
Fase 1: organizzazione e definizione delle responsabilità .....	6
Fase 2: calcolo dell'impronta climatica .....	7
Fase 3: analisi dei dati .....	8
Fase 4: strategia climatica .....	10
Fase 5: organizzazione del fondo per il clima .....	14
Esempi di progetti di protezione del clima .....	20
Comunicazioni sul clima e sulla sostenibilità .....	24
Allegati	
Liste di controllo .....	26
Esempio di obiettivi del fondo per il clima .....	31
Bibliografia e fonti .....	33

## IMPRESSUM

Proprietario dei media ed editore: Università di Scienze Applicate dei Grigioni, Istituto per il Turismo e il Tempo Libero (ITF); Comercialstr. 19, 7000 Coira;  
Testi: Christian Baumgartner, Bianca Schenk (FHGR), Bettina Kahlert, Cornelia Rutishauser, Andreas Schneider (tutti myclimate);  
Grafica: Hilde Matouschek, officina;  
settembre 2023

# Perché queste linee guida?

I cambiamenti climatici stanno trasformando il mondo in cui viviamo e quindi anche il turismo. Gli effetti si vedono e si sentono già oggi ed è assolutamente necessario fare tutto il possibile per limitare l'entità di questi cambiamenti. Tutti condividiamo questa responsabilità: dalla scienza alla politica, passando per i consumatori e per l'economia.

Spesso i responsabili delle decisioni in materia di turismo sono già consapevoli della necessità di agire, ma mancano loro le conoscenze concrete e specifiche. Quanto è grande la nostra impronta climatica? Come posso ridurre questo impatto? E infine, ma non meno importante, come si possono finanziare le misure di protezione del clima?

Questa linea guida è il risultato di un progetto Innotour nei Grigioni ed affronta proprio questo tema. Il suo scopo è quello di fornire alle destinazioni – in Svizzera, nelle Alpi e anche oltre – un aiuto concreto e attuabile per calcolare l'impronta climatica e pianificare le rispettive misure per un turismo a zero emissioni nette. La linea guida si concentra quindi sul turismo, ma il suo utilizzo ed i metodi possono essere estesi anche all'intero comune o alla regione – naturalmente con un impegno proporzionalmente maggiore.

Ci auguriamo vivamente che questo prodotto dia a molte destinazioni un impulso decisivo per implementare in modo completo un'efficace protezione del clima nel settore turistico.

***Il team di redattori***



# La sfida della protezione del clima nel turismo

Il settore turistico vanta molti decenni di sviluppo economico positivo e contribuisce in modo significativo ai risultati economici e all'occupazione nelle destinazioni. Gran parte del turismo estivo ed invernale nelle Alpi è legato alle attività all'aria aperta ed è quindi molto sensibile ai cambiamenti climatici, soprattutto in termini di precipitazioni e temperature. I cambiamenti climatici e le relative reazioni politiche, come l'aumento dei costi energetici o le imminenti tasse sulle emissioni di CO<sub>2</sub>, possono quindi influenzare in modo significativo le richieste degli ospiti e l'offerta di attrazioni turistiche.

Anche le attività turistiche però sono in parte compliciti e responsabili della crisi climatica. Secondo studi australiani del 2019, il turismo globale è già responsabile di oltre l'otto per cento di tutte le emissioni

di gas a effetto serra, considerando le numerose emissioni dei voli aerei l'impatto sul clima è però molto maggiore. Secondo gli scenari di crescita dell'UNWTO, si può ipotizzare che le emissioni turistiche continueranno ad aumentare, tanto che entro il 2035 potrebbero rappresentare fino al 40% del bilancio globale di CO<sub>2</sub>. Presto verrà presa alla mano la questione, finora tabù, del chiedersi se sia politicamente responsabile dal punto di vista climatico (co) finanziare il marketing turistico nei mercati geograficamente distanti.

Il turismo deve quindi svolgere un duplice ruolo: da un lato le risorse ambientali ed i processi ecologici, fondamentali per il turismo, devono rimanere intatti anche in seguito ai cambiamenti climatici e alle relative reazioni; d'altra parte le stesse attività turistiche devono diventare più rispettose del clima. In questo contesto, le misure di risparmio elettrico ed energetico nell'area operativa sono relativamente facili, in quanto associate a risparmi e riduzioni dei costi. La sfida principale è rappresentata dalla mobilità, in particolare dall'arrivo e dalla partenza degli ospiti. In questo caso è necessario lavorare sulle innovazioni tecniche e logistiche, sugli incentivi che influenzano il comportamento dei turisti, ma anche e soprattutto sulle condizioni quadro sia a livello legale che fiscale.

La risposta non può che risiedere in una responsabilità condivisa da parte di tutti i gruppi d'interesse coinvolti, con lo scopo di una protezione del clima completa (anche) nel turismo.



# Guida rapida – 5 passi verso una protezione completa del clima



## Punti chiave per una destinazione a zero emissioni nette con un fondo per il clima di successo



- Una base chiara, limiti del sistema definiti oltre a dati e cifre chiave stabili sono essenziali
- La strategia a zero emissioni nette di una destinazione è possibile solo con la collaborazione di tutti i gruppi d'interesse
- Una serie di misure specifiche per tutti i livelli della strategia zero emissioni nette è necessaria
- Gli ospiti ed i clienti devono essere informati e coinvolti attivamente
- I sistemi di incentivazione e promozione, così come i finanziamenti ed il coaching per i fornitori di servizi portano sicuramente dei vantaggi

# Il progetto ...



Protezione del clima nelle destinazioni

Da novembre 2021 a maggio 2024, il progetto «Destinazioni climaticamente neutre» (KlimDest), sostenuto da Innotour, è stato realizzato dall'Università di Scienze Applicate dei Grigioni e da myclimate con i partner Arosa Turismo, Davos Destinations Organisation e Valposchiavo Turismo.

Il governo svizzero ha deciso di arrivare a un livello di emissioni nette pari a zero entro il 2050. Ciò significa che la Svizzera non dovrebbe emettere più gas a effetto serra di quanto le riserve naturali e tecniche possano assorbire. Tuttavia, nella strategia climatica svizzera a lungo termine non sono ancora stati elaborati dei concetti concreti per il turismo, anche perché non ci sono dati concreti sui gas a effetto serra emessi nell'ambito del turismo.

La sfida è stata quindi, da un lato, quella di sviluppare e testare un metodo di calcolo dell'impronta climatica di una destinazione che fosse tanto scientificamente valido quanto attuabile nella pratica. L'impronta climatica si riferisce alla totalità delle emissioni di gas serra causate dal turismo, espresse in equivalenti di CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>e). D'altro canto, sono stati sviluppati e applicati metodi – fondi per il clima – che consentono alle destinazioni di finanziare le proprie misure di protezione del clima nell'ambito di strategie globali.

Queste misure sono state completate dallo sviluppo di raccomandazioni sulle strategie di comunicazione per conquistare gli ospiti quali alleati nella protezione del clima.

## ... e le destinazioni coinvolte

Davos, Arosa, Valposchiavo



## Destinazione Arosa

Il turismo è il settore economico più importante della valle montana dello Schanfigg, a Bündel. In inverno, le piste innevate attirano sciatori e snowboarder, mentre in estate i sentieri escursionistici e le piste ciclabili ispirano gli amanti dell'avventura. Inoltre, ci sono numerosi eventi e altre offerte culturali. Con Arosa 2030, la strategia integrale della destinazione, la strada scelta è quella dello sviluppo sostenibile. Sostenibilità significa che i fattori economici, ecologici e sociali devono essere in armonia. Uno dei primi passi è la valutazione CO<sub>2</sub>. Questa serve a determinare la situazione attuale ed in questo modo si possono valutare i fattori più decisivi, che serviranno come base per il percorso di riduzione delle emissioni della destinazione.



*Per raggiungere i nostri obiettivi, dobbiamo sapere da dove veniamo. Conoscere l'impronta di CO<sub>2</sub> della destinazione è la base per avviare il cambiamento. La sfida più grande è conoscere e raccogliere i dati. Grazie a KlimDest, disponiamo di uno strumento che ci permette di colmare questa lacuna di conoscenza e di condurre un monitoraggio regolare in futuro.*

– Claudio Föhn, Destinazione Arosa



## Destinazione Valposchiavo

Nascosta dietro il Passo del Bernina, si trova la Valposchiavo. Lunga solo 25 km, la sorprendente valle meridionale dei Grigioni si estende dai ghiacciai del Bernina fino alle palme nel fondovalle sul confine con l'Italia. Oltre il 95 % della superficie agricola della valle viene curata coltivata da aziende agricole certificate biologiche. Vista la sua posizione periferica e la rispettiva mancanza di investimenti, la Valposchiavo è stata risparmiata dalla costruzione di grandi infrastrutture turistiche ed ha sempre praticato un turismo sostenibile fin dai tempi quando il tema sostenibilità non era ancora sulla bocca di tutti. Oggi i prodotti locali «100 % Valposchiavo», provenienti da una catena del valore esclusivamente locale, dalla produzione delle materie prime, alla lavorazione degli alimenti ed al loro consumo, sono al centro dell'offerta turistica della valle. In futuro la Valposchiavo, una valle dove la produzione di energia elettrica da fonti idroelettriche svolge un ruolo importante da oltre 100 anni, vorrebbe svilupparsi ulteriormente anche nel campo della neutralità delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

*Negli ultimi anni, con il progetto 100% Valposchiavo, abbiamo puntato molto sui prodotti locali. KlimDest può aiutarci a capire se e in che misura questi sforzi ripagano in termini di riduzione di CO<sub>2</sub>. L'obiettivo è quello di fornire dati concreti.*

– Kaspar Howald,  
Direttore di Valposchiavo Turismo



## Destinazione Davos

Davos Klosters è una delle destinazioni turistiche più famose al mondo e offre la più completa offerta di vacanze, sport e incontri in montagna. Nella destinazione turistica, aziende e ospiti proteggono insieme il clima.

Contribuiscono a raggiungere un obiettivo ambizioso: Davos vuole diventare la prima località di villeggiatura in Svizzera a emissioni nette zero entro il 2030. L'obiettivo è promuovere misure che riducano le emissioni di CO<sub>2</sub> a livello locale. A tal fine, gli ospiti, i clienti, le aziende e il Comune alimentano congiuntamente il «Fondo per il clima myclimate Davos».

*La rilevazione dell'impronta di CO<sub>2</sub> della destinazione turistica è una pietra miliare importante per l'organizzazione della destinazione Davos per affrontare gli obiettivi climatici dei prossimi anni in modo concreto e scientifico. Dopo aver misurato le emissioni operative di CO<sub>2</sub> dell'organizzazione turistica e del Congresso di Davos, è stato possibile estendere il confine del sistema di bilanciamento all'intera destinazione. La registrazione e l'analisi riguardanti la mobilità degli ospiti ha rappresentato per Davos la sfida più impegnativa.*

– Reto Branschi,  
CEO / Direttore dell'Organizzazione della destinazione Davos



# Fase 1: organizzazione e responsabilità



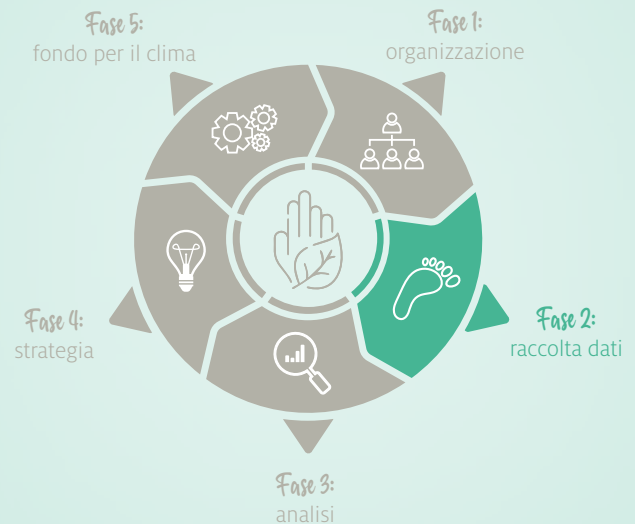
Gli sviluppi strategici richiedono tempo e manodopera, anche per il calcolo dell'impronta climatica vale questo concetto. Non sottovalutate lo sforzo!!

- Crei un team operativo e di supporto; questo può essere composto da un comitato consultivo per la sostenibilità già esistente o da un altro piccolo gruppo di operatori turistici attivi.
- Chiarisca le responsabilità del team e pianifichi le scadenze. Si assicuri di avere a disposizione il tempo necessario per i vari processi.
- Informi i suoi fornitori di servizi sull'intenzione di calcolare l'impronta climatica; identifichi le aziende faro ed acquisisca un'ampia gamma di fornitori di servizi per la raccolta dei dati.
- Eventualmente sarà necessario stipulare accordi di riservatezza con alcuni fornitori di servizi per garantire che i dati raccolti siano comunicati all'esterno solo in forma aggregata.

# Fase 2: rilevamento dell'impronta climatica

La responsabilità climatica del turismo si estende oltre i confini della destinazione. In fin dei conti è la voglia di andare in vacanza che spinge le persone a viaggiare. Pertanto, un calcolo onesto e completo dell'impronta climatica considera l'intero viaggio – dalla partenza da casa fino al ritorno e include anche tutti i prodotti e i servizi consumati durante la vacanza, compreso il loro trasporto. Nella destinazione, i dati di tutti i fornitori di servizi turistici, dall'alloggio alla ferrovia di montagna, passando per la piscina coperta, sono inclusi nel calcolo.

A questo scopo viene utilizzata una piattaforma web per la gestione del bilancio climatico e dei dati sulla sostenibilità. Questa piattaforma è stata adattata, ampliata e testata da myclimate, insieme all'Università di Scienze Applicate dei Grigioni, per soddisfare le esigenze di calcolo delle destinazioni. Per usufruire del servizio è necessaria una licenza e, idealmente, anche un workshop introduttivo.



- ✓ Raccolta dati\* degli uffici del turismo – sostanzialmente i dati in possesso dell'organizzazione di gestione della destinazione (DMO).
- ✓ Raccolta dati nelle imprese rilevanti per il turismo. Un'indagine completa richiede troppo tempo nella maggior parte delle destinazioni; pertanto, è opportuno raccogliere i dati di alcune imprese selezionate in modo specifico. In questo caso, non si dovrebbero registrare solo i fornitori di servizi più impegnati sul fronte climatico, ma una selezione rappresentativa. Il sistema provvede poi ad calcolare in proporzione i dati per tutta la destinazione.
- ✓ I dati comprendono energia, mobilità, trasporti, ristorazione, materiali e rifiuti.
- ✓ La sfida più grande è solitamente rappresentata dai dati sulla mobilità degli ospiti e del personale. Se il viaggio d'arrivo non può essere accertato dai moduli di registrazione, sono necessari sondaggi e questionari esemplari.

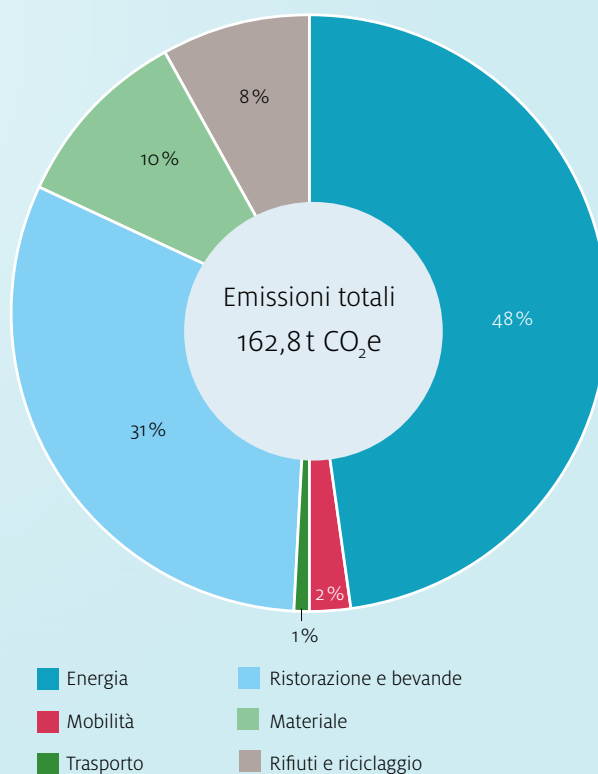
\* L'elenco dei dati da raccogliere si trova tra gli allegati.

# Fase 3: Analisi dei dati



Una semplice valutazione – ad esempio quella di un hotel – può apparire come segue:

## Esempio di analisi dell'impronta climatica di un hotel



Il calcolo dell'impronta climatica ha creato il presupposto per comprendere l'origine delle emissioni di CO<sub>2</sub> e classificarne la rilevanza.

La seguente valutazione dei dati

- serve ad identificare i settori rilevanti (hotspot)
- costituisce la base per una pianificazione efficace delle misure
- serve a fissare degli obiettivi
- costituisce il punto di partenza per il futuro monitoraggio delle prestazioni

L'analisi dei dati deve essere effettuata a diversi livelli:

## Fornitori di servizi turistici individuali

Ogni fornitore di servizi turistici partecipante (hotel / alloggio, ristorante, funivia, organizzatore d'eventi, ecc.) che prende parte alla raccolta dei dati dovrebbe ricevere un'analisi dettagliata dei propri dati. Quali settori (energia, ristorazione, trasporti, ecc.) sono rilevanti, quanto gas ad effetto serra può essere risparmiato e dove sussiste il maggiore potenziale di risparmio? Inoltre, a seconda dei dati a disposizione, è possibile effettuare dei confronti con altre organizzazioni simili. Nel caso di fornitori di servizi ambientalmente all'avanguardia, questi possono essere usati come metro di riferimento e come modelli campione da imitare.

## Destinazione e categorie

Anche a livello di destinazione, un'analisi delle varie categorie (energia, ristorazione, trasporti, ecc.) è necessaria, in modo da poter pianificare in maniera concreta e fattuale misure e programmi di livello superiore nel settore della mobilità o della conversione alle energie rinnovabili.

## Destinazione e fornitori di servizi turistici

Un'analisi della destinazione relativa a quali fornitori di servizi contribuiscono in che misura e con quale impronta al bilancio climatico, costituisce la base per programmi di promozione mirati per la protezione del clima nella destinazione tra i vari fornitori di servizi turistici.

A seconda dell'obiettivo della valutazione, questa può essere effettuata nel dettaglio o a livello aggregato. Non appena i bilanci di CO<sub>2</sub> sono disponibili per diversi anni, il confronto tra periodi diventa naturalmente molto interessante.



# Fase 4: Strategia climatica

## 1. Definizione della strategia climatica

Una strategia climatica si basa sul desiderio e sulla volontà di assumersi la responsabilità per il problema del cambiamento climatico antropogenico. I risultati dell'analisi dell'impronta climatica e dei fattori interni ed esterni che influenzano il clima vengono applicati alla strategia climatica, con lo scopo di valutare le opportunità ed i rischi per la destinazione turistica, ma anche per i singoli attori, per le imprese e per i loro modelli di business. Da questi dati viene poi definito un obiettivo climatico per la riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra e rispettivamente delle misure efficaci per raggiungerlo.



### Panoramica della strategia climatica

#### 1. Analisi della situazione



bilancio delle emissioni di CO2  
progetti esistenti  
sfide  
conflitti d'interessi, desideri

#### 2. Visione sul clima



obiettivo climatico  
campi d'azione

#### 4. Controllo dei progressi



indicatori chiave di prestazione (KPI)  
monitoraggio  
report

#### 3. Realizzazione



misure di riduzione  
gestione degli attori coinvolti &  
sensibilizzazione  
misure d'incentivazione



*Una strategia climatica si basa sul desiderio e sulla volontà di assumersi la responsabilità per il problema del cambiamento climatico antropogenico.*

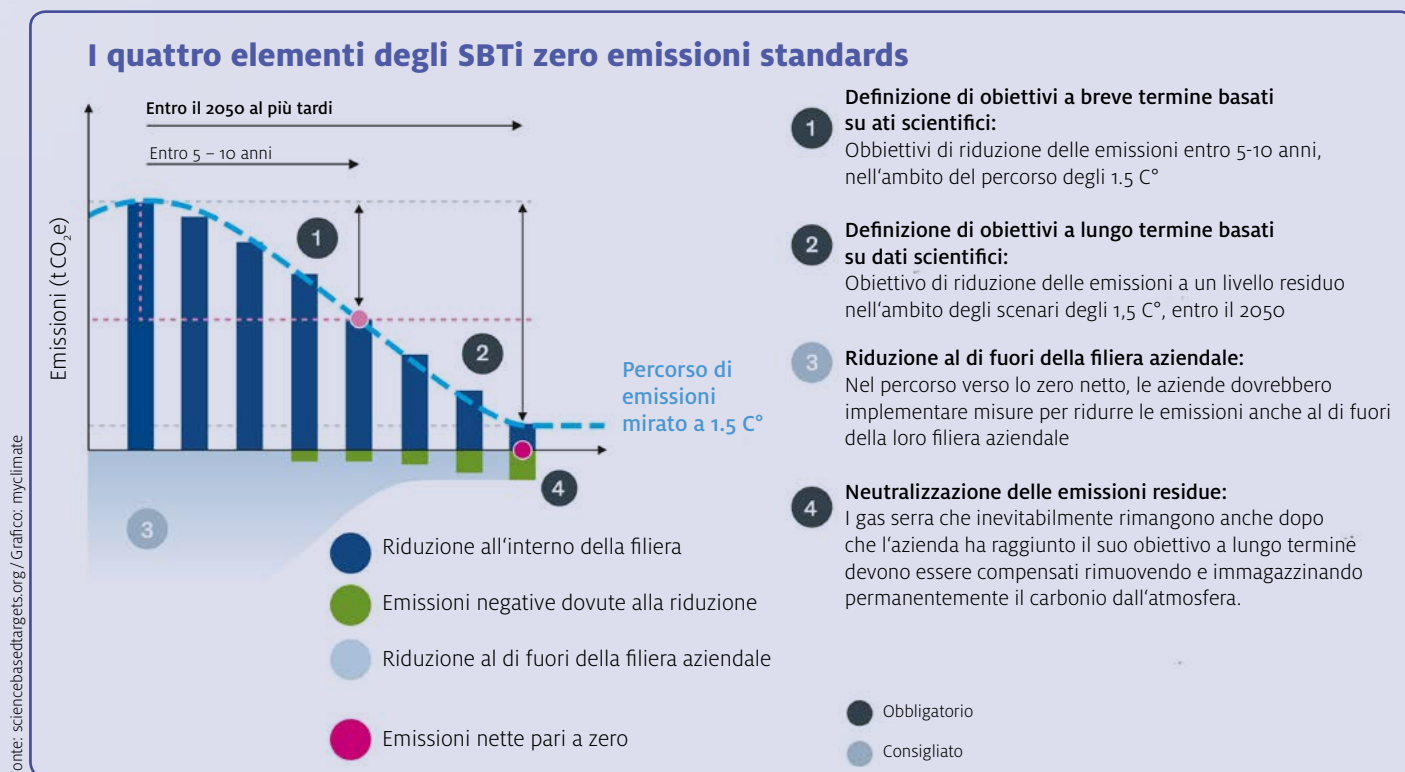
Fonte: myclimate

## 2. Definizione di obiettivi climatici (emissioni nette zero)

Con il primo calcolo dell'impronta climatica è stata creata la base più importante per la definizione degli obiettivi climatici. Ora si tratta di definire quanto deve essere ridotto ed entro quali tempistiche. A partire dal primo anno di calcolo, gli obiettivi devono essere fissati in modo da essere in linea con l'Accordo sul clima di Parigi. Questo accordo definisce la quantità di gas serra che può essere ancora emessa per limitare possibilmente il riscaldamento globale a 1,5°C e per raggiungere lo «zero netto» al più tardi entro il 2050.

Per raggiungere l'obiettivo di zero emissioni nette nella destinazione, i singoli attori del turismo dovrebbero fissare degli obiettivi climatici scientifici e realistici. La Science-Based Target Initiative (SBTi), ad esempio, ha sviluppato un quadro di riferimento con il quale le imprese possono fissare i propri obiettivi climatici basati su dati scientifici relativi alla loro filiera. Oltre all'ambizioso obiettivo di azzerare le emissioni a lungo termine, esistono anche indicazioni per la definizione di obiettivi intermedi a breve termine. Più gli obiettivi sono a breve termine, più le misure devono essere concrete. La seguente illustrazione spiega gli elementi degli obiettivi basati sulla scienza.

### Cosa sono gli obiettivi basati sulla scienza?





## 3. Evitare e ridurre prima di tutto

Evitare le emissioni o attuare misure di riduzione efficaci è la parte più importante di una strategia climatica e dovrebbe essere il punto sul quale focalizzare l'attenzione. L'obiettivo è quello di identificare e implementare misure a livello di singole aziende, ma anche a livello di destinazione e nell'arco della catena del valore.

Una volta fissati gli obiettivi climatici, è necessario definire le misure di riduzione appropriate per raggiungere gli obiettivi. La valutazione dei dati (capitolo 3.3) mostra dove si trovano gli hotspot, ossia le quantità rilevanti di emissioni di gas serra, dei singoli attori ma anche della destinazione. Le aree più importanti in questo senso sono

- Energia (elettricità, calore)
- Mobilità degli ospiti
- Ristorazione presso i fornitori di servizi turistici

In queste aree è necessario definire delle misure.

Le singole aziende possono implementare le misure in modo indipendente, tenendo conto del loro concetto di business e della loro situazione individuale. Esempi nel settore dell'energia possono essere:

- Passare all'elettricità rinnovabile
- Installazione di un impianto fotovoltaico
- Installazione di un sistema di riscaldamento il più possibile ecologico (ad esempio, teleriscaldamento, pompa di calore ad aria, sonda geotermica, recupero di calore, ecc.)
- Miglioramenti energetici della struttura esterna dell'edificio e delle finestre nonché
- Misure tecniche edilizie e infrastrutturali che contribuiscono all'efficienza energetica e delle risorse

Anche nel settore della ristorazione, l'approvvigionamento che fa ricorso ad un'agricoltura locale sostenibile e neutrale dal punto di vista climatico è considerato sempre più vantaggioso. Le misure possono essere attuate anche direttamente nelle aziende agricole:

- Maggiore attenzione alla qualità biologica, alla stagionalità e alla provenienza regionale dei prodotti
- Cambiamenti nel concetto di cibo e bevande (ad esempio, più piatti vegetariani, farm-to-table)
- Misure per ridurre gli sprechi alimentari ed altri rifiuti, tra cui il riciclaggio e l'upcycling

In altri ambiti (in particolare nella mobilità degli ospiti e nelle infrastrutture), le strategie devono essere sviluppate a livello di destinazione insieme al Comune e agli altri attori interessati. In questo senso vanno trovate soluzioni di finanziamento apposite ed i progetti vanno realizzati, gestiti ed implementati in maniera adeguata. Esempi di questo tipo sono:

- In linea di principio: promozione di una mobilità senza o a basso consumo di combustibili fossili
- Incentivare gli ospiti a viaggiare di più con i mezzi pubblici (ad esempio, sconti).
- Incentivare gli ospiti ad utilizzare il meno possibile l'auto durante il loro soggiorno (ad esempio, bus sportivo gratuito).
- Meno posti auto e tariffe di parcheggio più alte (utilizzare le entrate aggiuntive per promuovere il trasporto pubblico, come ad esempio istituendo bus per lo sport e per le escursioni).
- Ampliamento dell'infrastruttura ciclistica, promozione generale del trasporto non motorizzato
- Stazioni di ricarica elettrica pubbliche a condizioni interessanti



«Do your best, take care of the rest!»

Foto: Aicosa Turismo

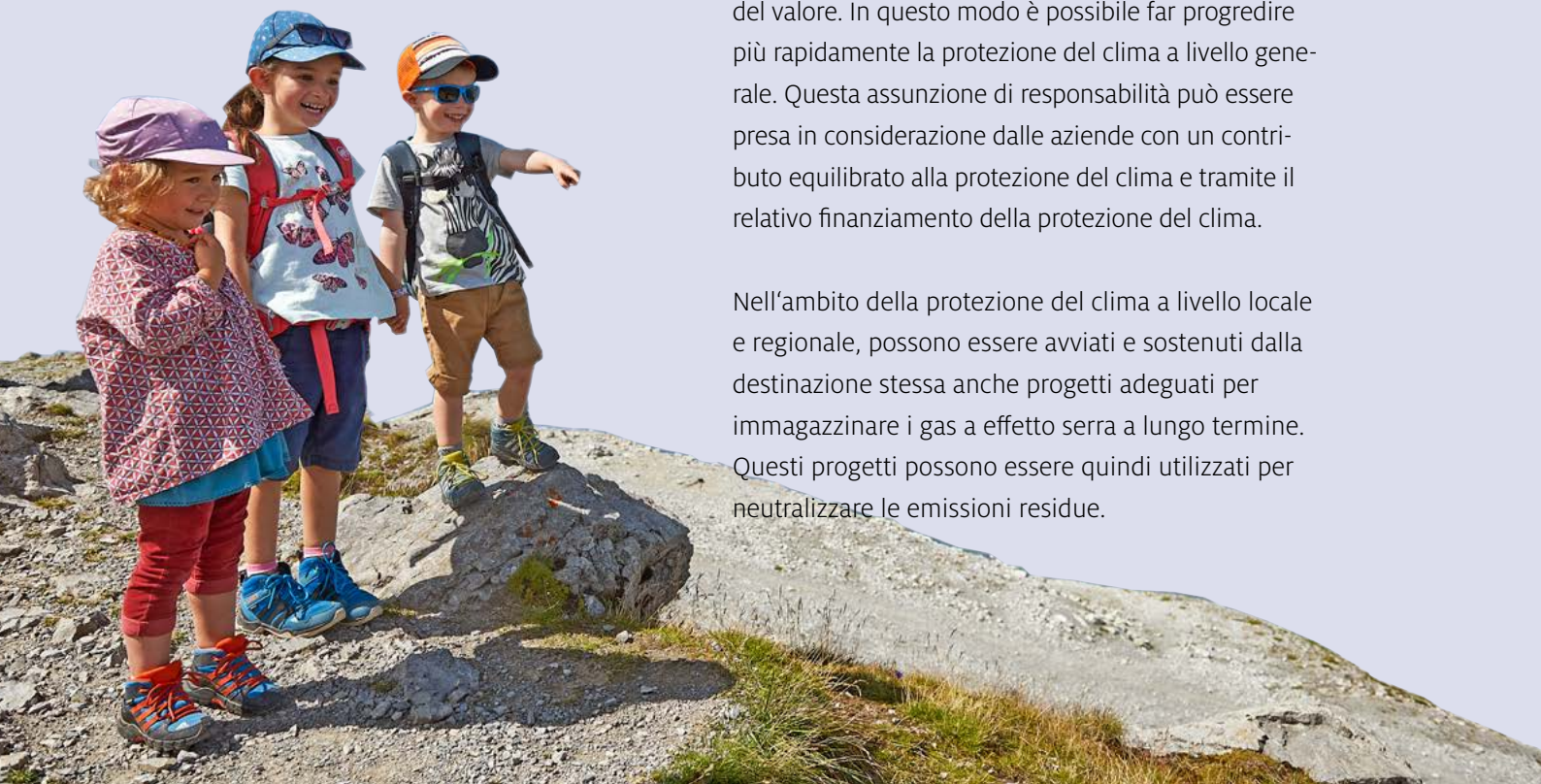
Per attuare le misure con successo è necessario il giusto sostegno. Bisogna valutare come possono essere sostenute le singole aziende, quali sinergie si possono creare e quali incentivi possono essere creati, per evitare e ridurre le emissioni di gas serra in modo congiunto e ambizioso.

Uno strumento per facilitare l'attuazione delle misure e allo stesso tempo per poter sfruttare gli sforzi di protezione del clima sia nella comunicazione, sia per scopi di marketing è la creazione di un fondo per il clima. Questo fondo è rivolto sia ai fornitori di servizi nella destinazione sia agli ospiti stessi, come spiegato nella fase 5.

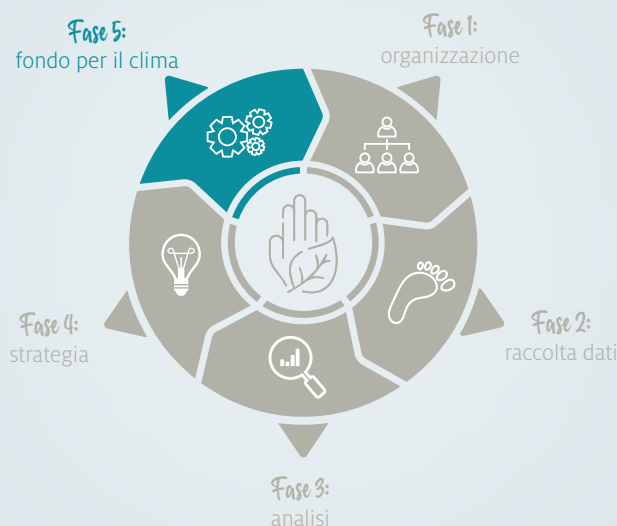
#### 4. Assunzione di responsabilità nei confronti delle emissioni non evitabili

Anche durante un percorso di riduzione verso lo zero netto, le emissioni di CO<sub>2</sub> della destinazione o dei singoli attori turistici rimangono presenti, all'inizio in quantità maggiore e poi via via sempre meno. Seguendo il motto «Do your best, take care of the rest» è necessario assumersi la responsabilità anche per queste emissioni inevitabili, perché per il clima è importante che il totale delle emissioni globali diminuisca. Pertanto, come ulteriore parte della strategia climatica, è consigliabile, oltre alle misure di riduzione, sostenere la protezione del clima a livello locale, ma anche internazionale, al di fuori della propria catena del valore. In questo modo è possibile far progredire più rapidamente la protezione del clima a livello generale. Questa assunzione di responsabilità può essere presa in considerazione dalle aziende con un contributo equilibrato alla protezione del clima e tramite il relativo finanziamento della protezione del clima.

Nell'ambito della protezione del clima a livello locale e regionale, possono essere avviati e sostenuti dalla destinazione stessa anche progetti adeguati per immagazzinare i gas a effetto serra a lungo termine. Questi progetti possono essere quindi utilizzati per neutralizzare le emissioni residue.



# Fase 5: Organizzazione del fondo per il clima



Al fine di coinvolgere nella strategia globale zero emissioni nette il maggior numero possibile di fornitori di servizi in una destinazione, è opportuno implementare un fondo per il clima che copra l'intera destinazione. Questo fondo idealmente deve essere costituito in modo tridimensionale, cioè includendo sia l'organizzazione della destinazione, sia i fornitori di servizi, sia il comune / le autorità e naturalmente anche gli ospiti/ i clienti. Il fondo per il clima rappresenta quindi il quadro completo della strategia climatica di un'intera destinazione.

L'elemento centrale del concetto di fondo per il clima è il meccanismo di finanziamento integrato del programma myclimate «Cause We Care». In questo modo il fondo per il clima assume la funzione di finanziare sia le misure per la riduzione di CO<sub>2</sub> in loco e nelle aziende, sia quella di assumersi la responsabilità per le emissioni di CO<sub>2</sub> inevitabili.

Zero emissioni nette tramite la strategia della decarbonizzazione:

**Evitare / ridurre**

**Investire / impegnarsi**

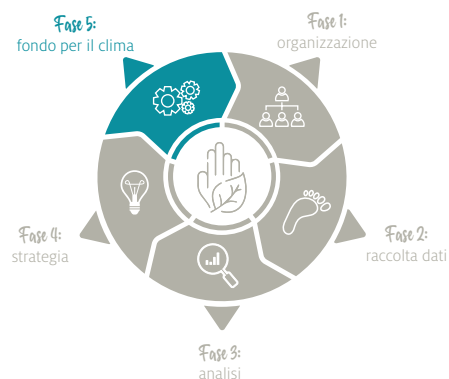
**Mediante misure strategiche**

**Finanziando progetti di protezione del clima**

## 1. L'ecosistema del Fondo per il clima



- Organizzazione di gestione delle destinazioni (DMO):** La DMO svolge un ruolo centrale perché determina la strategia ed è responsabile del coordinamento e della gestione del progetto del fondo per il clima. La DMO incentiva da un lato i fornitori di servizi a partecipare al fondo per il clima e dall'altro motiva gli ospiti a pagare un contributo per la protezione del clima al fornitore di servizi. Idealmente la DMO dovrebbe creare una piattaforma per lo scambio di conoscenze ed idee sul fondo per il clima. La DMO inoltre può fungere direttamente da riferimento in materia di conoscenze nel campo della protezione del clima e della sostenibilità ecologica o eventualmente può affidare questo compito ad altri partner della protezione del clima.
- Fornitori di servizi turistici:** con questi si parla in particolare di alberghi, impianti di risalita, imprese che si occupano di tempo libero ed eventi, scuole di sci, proprietari di case vacanza, ristoranti e altre aziende turistiche. Per questi fornitori di servizi la possibilità di partecipare al fondo per il clima offre loro il vantaggio di accedere alle risorse finanziarie del fondo. Con queste risorse è possibile implementare le proprie misure ecologiche nell'azienda e contribuire così al raggiungimento dell'obiettivo zero emissioni nette. In questo senso è importante documentare all'interno del costruito «fondo per il clima» le misure di riduzione pianificate o implementate. In questo modo la comunicazione assume maggior valore e si integra nel contesto generale.



- **Ospiti:** gli ospiti svolgono un ruolo molto importante, dal momento che sostengono direttamente il fondo per il clima. Se questi decidono di dare un contributo per la protezione del clima al momento della prenotazione dell'offerta, contribuiscono al finanziamento di misure ambientali e di protezione del clima sia presso il fornitore di servizi stesso, sia presso il fondo per il clima. Gli ospiti possono così scegliere attivamente di contribuire alla gestione sostenibile nella destinazione.
- **Autorità / comune:** le autorità ed il comune sono anch'essi attori molto importanti e idealmente partecipano al fondo per il clima con un contributo annuale, in modo che lo sviluppo ecologicamente sostenibile della destinazione possa essere implementato rapidamente. In aggiunta possono trasmettere un segnale forte a favore della protezione del clima, incoraggiando così anche gli altri stakeholder a contribuire.
- **Fondazioni o simili:** anche le fondazioni o i fondi aziendali di grandi aziende, nate con lo scopo di proteggere l'ambiente ed il clima sono chiamate a contribuire finanziariamente al fondo per il clima.
- **Commercio:** a seconda della destinazione, è possibile integrare nel fondo per il clima, oltre ai fornitori di servizi turistici, anche aziende locali del commercio e dell'artigianato. Queste aziende beneficiano indirettamente del turismo e possono partecipare a iniziative di sostenibilità e contribuire con idee innovative a sostegno del concetto generale.
- **Fondo per il clima:** il fondo per il clima serve come strumento di finanziamento delle misure per ridurre o evitare le emissioni di CO<sub>2</sub>, oltre a finanziare anche le misure di sensibilizzazione della destinazione in merito alla protezione del clima.

L'ecosistema dei fondi per il clima crea una situazione win-win in cui tutte le parti interessate contribuiscono con le loro forze a consolidare e progredire verso l'obiettivo zero emissioni nette in modo mirato e congiunto.

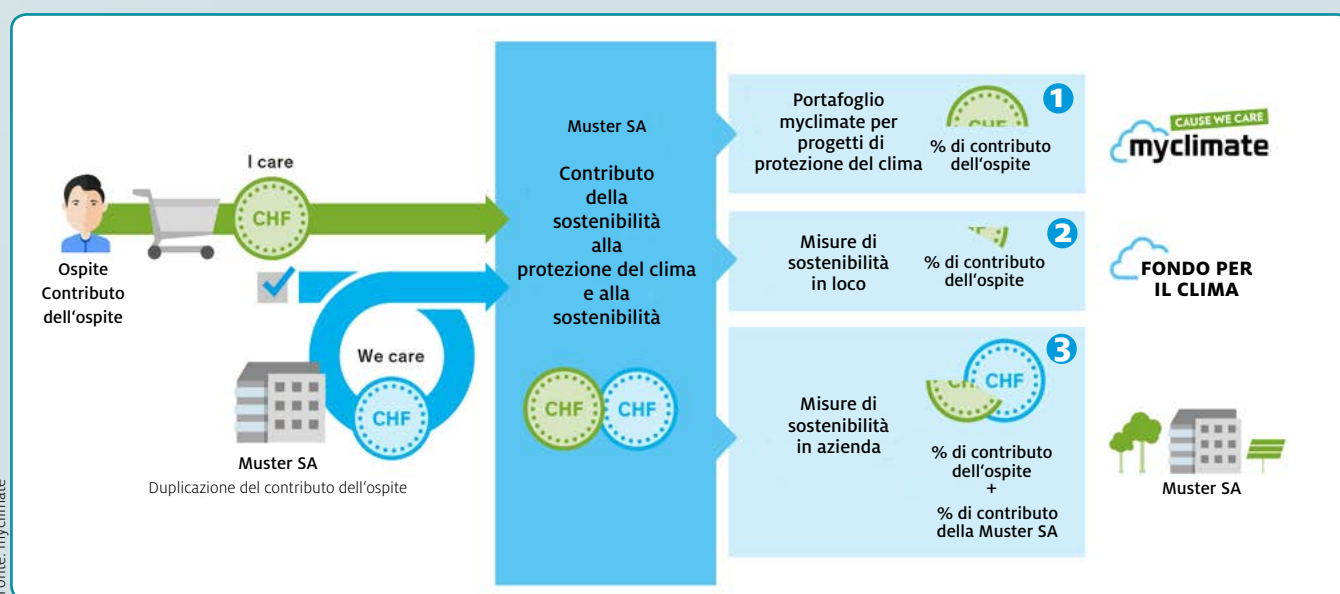
Attraverso il sostegno finanziario, la consulenza e la sensibilizzazione, il cambiamento verso un turismo più attento all'ambiente viene promosso e stimolato, consapevoli del fatto che questo processo avrà un impatto positivo a lungo termine sulla destinazione e sull'ambiente.



*Gli ospiti svolgono un ruolo molto importante, dal momento che sostengono direttamente il fondo per il clima.*



## 2. Fondo per il clima con myclimate e il meccanismo «Cause We Care»



### Il principio di base di myclimate «Cause We Care» nel modello dei fondi per il clima

Il principio del programma myclimate «Cause We Care» si basa sul valore della reciprocità. Il coinvolgimento degli ospiti in questo senso è fondamentale. Il fornitore di servizi partecipante (Muster SA) poi raddoppia il contributo degli ospiti e quindi investe anche nelle proprie misure di sostenibilità ecologica all'interno dell'azienda. Questo effetto leva rafforza in modo considerevole l'impatto dell'impegno degli ospiti. In aggiunta, il modello del fondo per il clima crea un sistema di finanziamento efficace per l'intera destinazione e, nel migliore dei casi, viene ulteriormente rafforzato tramite sovvenzioni finanziarie da parte delle autorità, comuni, fondazioni o aziende. In questo modo, il fondo per il clima nella destinazione acquista maggiore forza ed è possibile promuovere e finanziare misure concrete per la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

### Funzione di «Cause We Care» nel modello di fondo per il clima

Un'azienda «Cause We Care» offre agli ospiti la possibilità di dare un contributo volontario alla protezione del clima quando acquistano un servizio turistico. Se l'ospite è disposto a farlo, l'azienda promette di raddoppiare l'importo e di attuare le proprie misure di protezione del clima e di sostenibilità nella stessa misura all'interno dell'azienda o a livello locale.

- 1 = Il contributo del cliente viene successivamente suddiviso: Una parte del contributo rappresenta l'assunzione di responsabilità delle emissioni di CO<sub>2</sub> e viene investita in un progetto di compensazione del carbonio certificato da myclimate.
- 2 = Un'altra parte del contributo del cliente confluisce nel fondo climatico della destinazione. Questi fondi vengono utilizzati per promuovere misure volte a ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> nella destinazione (ad esempio, la promozione dell'uso dei trasporti pubblici) o per promuovere misure aggiuntive presso i fornitori di servizi che effettuano investimenti maggiori per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> (ad esempio, l'installazione di impianti fotovoltaici).



**3** = Una terza parte del contributo del cliente e del raddoppio del contributo dell'azienda partecipante (in questo esempio Muster SA) viene utilizzata dall'azienda per le proprie misure ecologiche con impatto sul clima (ad esempio l'isolamento degli edifici).

## Preparazione necessaria per l'implementazione di un fondo per il clima

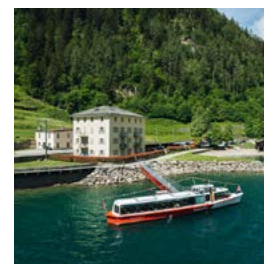
Nel corso dell'implementazione del fondo della destinazione, si raccomanda di chiarire in anticipo i seguenti punti, per garantire un avvio ottimale del progetto.

- Per ogni fondo per il clima, è necessario redigere in anticipo un regolamento su misura. Questo regolamento definisce i principi di attuazione, le responsabilità, il meccanismo, lo scopo ed i benefici generali, le parti coinvolte e le loro prestazioni, i contributi di finanziamento, le misure, l'uso dei fondi, i criteri ed i vari modelli di partecipazione.
- Definizione della gestione del progetto e dei suoi compiti (di norma presso la DMO)
- Preparare in anticipo tutti i documenti per la cooperazione e l'informazione (contratti, moduli di comunicazione pronti per l'uso, sito web per i fornitori di servizi partecipanti e gli ospiti interessati, FAQ interne e pubbliche, materiali di marketing, ecc.)
- Nel caso di un fondo per il clima il cui scopo è promuovere misure di riduzione di CO<sub>2</sub>, deve essere garantita la loro misurabilità. Si raccomanda pertanto di effettuare una valutazione annuale delle emissioni di CO<sub>2</sub> della DMO nel corso dell'applicazione del fondo di destinazione. Allo stesso modo, è necessario pianificare e realizzare un bilancio di CO<sub>2</sub> per l'intera destinazione turistica. Questo può essere effettuato annualmente o ogni due anni.

- Implementare il programma «Cause We Care» nella DMO (ad esempio nello shop online della destinazione). In questo modo, la destinazione funge da esempio.
- Ricerca (insieme a un partner per la protezione del clima, ad esempio myclimate) di possibili progetti regionali di compensazione del carbonio (progetti forestali, drenaggio di brughiere, impianti di biogas, promozione di soluzioni tecnologiche, ecc.)
- Formazione di un comitato direttivo o di un consiglio di sostenibilità che determini lo scopo e l'orientamento del fondo in riunioni regolari (almeno due volte l'anno).
- La posizione delle autorità e degli stakeholder più importanti dovrebbe essere verificata in anticipo e, se possibile, dovrebbero essere coinvolti nella co-progettazione del fondo per il clima.
- Formazione del personale della DMO (avviene nel corso dell'implementazione di «Cause We Care»)

## Sfide nella realizzazione di un fondo globale per il clima

L'attuazione di un fondo globale per il clima comporta una serie di sfide. Una di queste è la formazione di competenze (capacity building) degli stakeholder per rafforzarne la comprensione e l'impegno nel progetto. È particolarmente importante formare un gruppo pilota che sia convinto dell'approccio trasversale. Idealmente, questo gruppo dovrebbe essere composto da 1-2 rappresentanti del settore alberghiero e della ristorazione, da un rappresentante della ferrovia locale, un rappresentante per il settore del tempo libero e degli eventi e, se possibile, anche da un rappresentante dei proprietari di case vacanza e, a seconda dell'attuazione, del commercio e dell'artigianato.



Fotos: Valposchiavo Turismo (si), Giardino dei Ghiacciai di Cavaglia (centro), Valposchiavo Turismo / Sassalbo (de)

Anche la messa a punto di una serie di misure fattibili è fondamentale. La sfida consiste nell'individuare le misure più impegnative dal punto di vista finanziario e temporale per la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e allo stesso tempo includere nella pianificazione quelle che producono risultati in tempi brevi. Ciò consente un'implementazione graduale del fondo per il clima senza sovraccaricare l'impegno degli attori coinvolti.

Anche la comunicazione gioca un ruolo importante. Questo vale sia per gli ospiti che per i fornitori di servizi e per la popolazione locale. Pertanto, è importante garantire una comunicazione trasparente e costante fin dall'inizio, che informi sullo stato attuale del fondo per il clima, sulle misure pianificate e attuate, sull'erogazione dei fondi, su altre attività e sui fornitori di servizi partecipanti.

Gli ospiti dovrebbero essere informati attraverso i vari canali mediatici disponibili sui cambiamenti positivi apportati dal Fondo per il clima e su come possono parteciparvi attivamente. Anche la creazione di un forum per lo scambio regolare di conoscenze e di esperienze tra i fornitori di servizi può contribuire a promuovere il Fondo per il clima. In generale, una comunicazione chiara e accattivante attraverso diversi canali è fondamentale per ottenere il sostegno degli ospiti e dei fornitori di servizi e per attuare il progetto con successo.

### Investimento dei contributi per la protezione del clima (fondo «Cause We Care»)

Come già detto, il fondo «Cause We Care» viene suddiviso e utilizzato per la protezione del clima a livello globale e locale. L'obiettivo è ridurre o evitare il più possibile le emissioni generate durante le operazioni in azienda. Per le emissioni che non possono essere evitate, l'azienda deve assumersene la responsabilità ed investire in un progetto di protezione del clima di alta qualità. In questo modo, circa due terzi dell'importo destinato alla protezione del clima locale rimangono nella rispettiva azienda – o se l'azienda è collegata a un fondo per il clima, una parte può essere utilizzata anche per misure locali nella destinazione. Il 25 % è destinato a un progetto di protezione del clima certificato o a un portafoglio di progetti di protezione del clima.

### Esempi di misure operative

Per una maggiore tutela del clima nel turismo svizzero, le imprese aderenti a «Cause We Care» attuano misure di sostenibilità operativa. Le aziende possono attuare tali misure in diverse categorie, come edifici e infrastrutture, energie rinnovabili, efficienza energetica, cibo e rifiuti alimentari, ecc. Le aziende sono libere di scegliere quali misure attuare, purché siano in linea con lo scopo del fondo. Le misure implementate vengono riviste annualmente da myclimate. Per gli investimenti più importanti, come ad esempio un impianto fotovoltaico, il fondo può essere utilizzato per un massimo di tre anni.

\* Un esempio di finalità del fondo è riportato tra gli allegati.

# Esempi di progetti di protezione del clima

I progetti di protezione del clima promuovono l'uso di energie rinnovabili, implementano misure di efficienza energetica o riducono le emissioni di metano. I progetti riducono in modo comprovato le emissioni di CO<sub>2</sub>, sostituendo le fonti di energia fossile dannose per il clima con fonti rinnovabili o promuovendo tecnologie più efficienti dal punto di vista energetico.

Prima che le quantità di riduzione corrispondenti siano disponibili sotto forma di certificati sul mercato volontario, i progetti di protezione del clima vengono controllati da standard di qualità indipendenti (Gold Standard, Plan Vivo, VSC, ecc.).

## Ritorno all'isola verde in Madagascar con cucine a risparmio energetico e solari

Per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> e contrastare la rapida deforestazione in Madagascar, si sostiene la produzione e la distribuzione di cucine efficienti e di cucine

solari rispettose del clima. Il progetto prevede anche

la sensibilizzazione delle classi scolastiche sulla protezione dell'ambiente e sulla cucina rispettosa del clima, nonché la riforestazione di due alberi per ogni fornello venduto.



## 1. Progetti internazionali di protezione del clima

I progetti di protezione del clima sul mercato volontario servono come strumento per promuovere la giustizia climatica. L'acquisto di certificati da parte di aziende o privati dei Paesi industrializzati (che sono responsabili della maggior parte delle emissioni) finanzia progetti di protezione del clima in Paesi che sono più colpiti dagli impatti del cambiamento climatico rispetto al Nord globale. Il divario di finanziamento in questo caso è enorme; gli aiuti governativi sono ben lungi dall'essere sufficienti. In aggiunta questi progetti possono motivare i viaggiatori provenienti da mercati lontani a dare un contributo al clima se sostengono progetti nella loro regione di origine.

I progetti internazionali non solo riducono le emissioni di gas serra, ma promuovono anche l'attuazione degli SDG attraverso lo sviluppo sociale, ambientale ed economico della regione.

## Energia solare per l'istruzione e l'occupazione in Tanzania

Questo programma di compensazione delle emissioni di carbonio implementa sistemi domestici solari ad alta tecnologia con modem

GSM integrati che forniscono un'alternativa pulita e conveniente ai combustibili fossili per le famiglie a basso reddito e le piccole imprese in Africa. La tecnologia riduce efficacemente le emissioni di CO<sub>2</sub>, anche grazie a un approccio di monitoraggio innovativo.



## 2. Progetti nazionali di protezione del clima

I progetti nazionali di protezione del clima coprono i settori delle energie rinnovabili, dell'efficienza energetica, della natura, della mobilità e dell'agricoltura e contribuiscono allo sviluppo sostenibile. Anche in Svizzera viene fatta una distinzione fondamentale tra il mercato obbligatorio e quello volontario. Di seguito sono riportati due esempi di progetti per il sostegno volontario di progetti di protezione del clima:



### Riserva forestale naturale di Beatenberg-Habkern nel Canton Berna

Il progetto di protezione del clima della foresta nella regione di Beatenberg-Habkern, in Svizzera, sostiene la realizzazione e il controllo di una riserva forestale naturale. Rinunciando completamente all'uso del legno, la foresta può svilupparsi indisturbata, eliminare più CO<sub>2</sub> dall'atmosfera e fornire un habitat tranquillo e indisturbato per molte specie animali e vegetali. Inoltre, le foreste aiutano a filtrare gli inquinanti dall'aria e dal suolo, contribuendo così a rendere l'acqua più pulita.



### Suoli fertili come pozzi naturali di CO<sub>2</sub> nella regione del Lago di Costanza

Questo programma pionieristico di protezione del clima immagazzina il carbonio nei terreni coltivabili. L'erosione del suolo e la perdita di humus sono un problema importante a livello



mondiale, ma anche in Svizzera e nei Paesi limitrofi. Il programma consente agli agricoltori biologici di attuare misure per la creazione di humus, contribuendo così ad un'agricoltura rispettosa del clima e sicura dal punto di vista alimentare.



*L'impegno regionale è un contributo volontario alla protezione del clima a livello regionale.*

### 3. Protezione del clima a livello regionale

Per contribuire alla protezione del clima a livello regionale, si può sostenere l'attuazione di progetti di protezione del clima di alta qualità nella propria regione, che evitino le emissioni di CO<sub>2</sub> o rimuovano la CO<sub>2</sub> dall'atmosfera e la fissino come carbonio.

Nel campo delle Nature-based Solutions (NbS) s'intende in primo luogo impedire il disboscamento delle foreste esistenti o la riumidificazione delle torbiere e si parla quindi di «Avoidance», «evitare». In secondo luogo, esistono progetti nel campo delle soluzioni climatiche naturali che riforestano le foreste o favoriscono la formazione di humus nei terreni coltivabili e si parla quindi di «Removals», ossia la rimozione naturale di anidride carbonica. Idealmente, impegnandosi in questi progetti, una destinazione, insieme alle autorità, ai fornitori di servizi e agli ospiti, contribuisce alla protezione e alla ricostruzione degli ecosistemi autoctoni e al rafforzamento della biodiversità.

L'impegno regionale è un contributo volontario alla protezione del clima a livello regionale. L'effetto di protezione del clima raggiunto (quantità di CO<sub>2</sub> evitata o limitata) e gli ulteriori contributi agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) sono quantificati e verificati

Le riduzioni delle emissioni o i pozzi di carbonio resi possibili rimangono nel bilancio dei gas serra del Paese in cui si svolge il progetto di protezione del clima.

La protezione del clima a livello regionale mira a promuovere la protezione del clima a livello locale. Si tratta di progetti che finora non hanno potuto essere attuati finanziariamente, per la cui realizzazione non esiste alcun obbligo legale o anche di approcci che contengono elementi nuovi o innovativi.

Per una destinazione, tali progetti possono talvolta contenere anche un valore turistico aggiunto, ad esempio integrandoli con un percorso didattico o escursionistico.

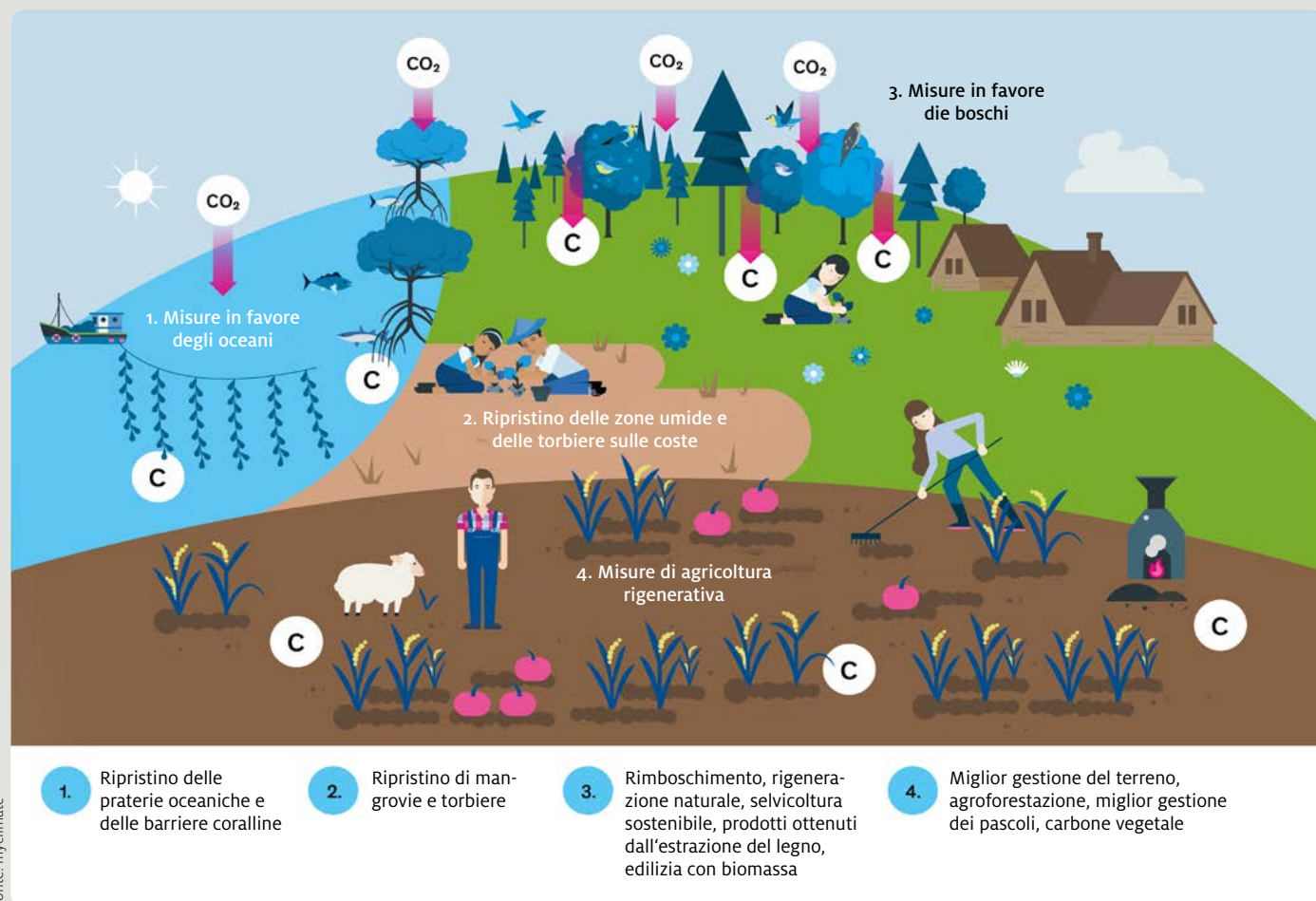
#### Programma di promozione agroforestale in Svizzera, Germania, Austria e Liechtenstein



Questo programma regionale di protezione del clima per l'agroforestazione offre finanziamenti per la piantatura e la cura di alberi su terreni agricoli in Svizzera, Germania, Austria e Liechtenstein. I sistemi agroforestali rimuovono la CO<sub>2</sub> dall'atmosfera e fungono quindi da pozzi di CO<sub>2</sub>. Inoltre, l'agroforestazione fornisce habitat preziosi per diverse specie animali.



## Übersicht naturbasierte Lösungen



Fonte: myclimate

### Restauro della palude a Bos-cha nel Cantone dei Grigioni, Svizzera



La torbiera vicino a Bos-cha, nella Bassa Engadina, è inclusa nell'inventario regionale delle torbiere ed è quindi protetta. Come la maggior parte delle torbiere, tuttavia, prima di essere protetta legalmente era stata prosciugata con dei canali di drenaggio. Grazie a questo progetto di protezione del clima basato sulla natura, sono stati resi disponibili i fondi mancanti per la rinaturazione. La rinaturazione non giova solo al clima, ma anche alla biodiversità, al bilancio idrico, al turismo e all'industria edilizia locale.



# Comunicazione in materia di clima e di sostenibilità



Foto: Turismo Davos Klosters / Andrea Badrutt

La comunicazione in materia di clima e di sostenibilità verso gli ospiti è una sfida molto importante per il marketing turistico: vogliamo infatti informare i nostri ospiti sugli sforzi che la destinazione sta già facendo per la protezione del clima e allo stesso tempo incoraggiare comportamenti rispettosi del clima, ad esempio durante i viaggi.

Gli ospiti, tuttavia, non vogliono ricevere lezioni o essere trattati con condiscendenza, non vogliono salvare il mondo con il loro comportamento in vacanza, ma sono interessati all'impegno per il clima nella loro regione di vacanza. Attraverso una comunicazione adeguata, gli ospiti possono essere coinvolti come alleati negli sforzi contro il cambiamento climatico. Molti studi dimostrano inoltre che i viaggiatori attenti alla sostenibilità sono disposti a spendere di più per prodotti rispettosi del clima.

Studiosi come Xavier Fonts, che si occupano di comunicazione della sostenibilità, affermano che esiste una ripartizione di circa 10:30:60 tra tre tipi di turisti:

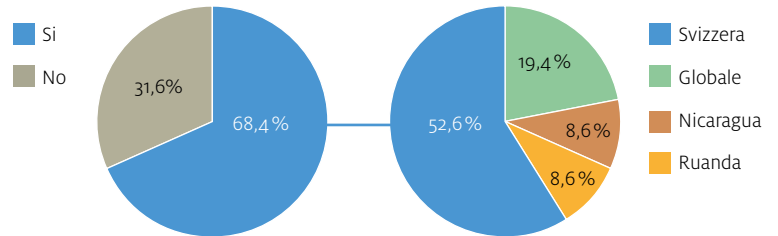
- Il gruppo più piccolo si preoccupa del pianeta e della società. Questi ospiti ricercano in anticipo la sostenibilità nella destinazione e sono in gran parte disposti a pagare di più per i prodotti corrispondenti.
- Il gruppo dei «non coinvolti nella sostenibilità» vuole solo rilassarsi dalla dura vita quotidiana in vacanza. Si aspettano che le esigenze di base, comprese quelle ecologiche, vengano soddisfatte, ma non vogliono approfondire le questioni legate alla sostenibilità.
- Il gruppo «cosa ci guadagno» costituisce la maggioranza dei consumatori. Sono già consapevoli dei problemi, ma hanno bisogno di una spinta ad agire. Rispondono quindi bene ai messaggi che mostrano loro che possono facilmente «fare la loro parte», o dove possono ottenere un prodotto o un servizio migliore che sia sostenibile.

Il risultato più importante di questa ricerca è:

*La comunicazione in materia di clima e di sostenibilità deve concentrarsi sui benefici per l'ospite derivanti da un comportamento rispettoso nei confronti dell'ambiente e del clima.*

In un sondaggio condotto tra gli ospiti di una località sciistica svizzera, un'ampia maggioranza (circa il 70%) si è dichiarata generalmente disposta a sostenere finanziariamente i progetti di protezione del clima per compensare le emissioni generate durante le proprie vacanze. Questa disponibilità potrebbe essere ulteriormente aumentata spiegando in modo semplice e comprensibile i singoli progetti ed il loro funzionamento. In questo modo quasi il 90% sarebbe potenzialmente disposto a dare un contributo. Potendo scegliere tra quattro progetti in località diverse, più della metà preferirebbe un progetto vicino alla propria destinazione di vacanza.

### Disponibilità degli ospiti in Svizzera a sostenere progetti di protezione del clima



## Alcuni ulteriori consigli di comunicazione per avviare cambiamenti comportamentali e richiedere contributi finanziari per progetti di protezione del clima:

### Approccio appropriato al gruppo target

- Gli anziani tendono a essere meno aperti ai progetti di protezione del clima rispetto agli ospiti più giovani. Allo stesso tempo, è anche importante che questo gruppo – se compensa – sia in grado di farlo nella propria regione di vacanza.
- Se la possibilità di contribuire finanziariamente a progetti di protezione del clima viene integrata direttamente nel processo di prenotazione del prodotto turistico, spesso si favorisce la disponibilità degli ospiti. Poiché non è così per tutti, è opportuno sottolineare nuovamente questa possibilità durante la vacanza.

### Comunicazione trasparente

- Le destinazioni devono comunicare apertamente i propri sforzi di sostenibilità. Le informazioni sulle iniziative specifiche e sui loro progressi devono essere comunicate in modo trasparente.

### Coinvolgere gli ospiti

- Il finanziamento di progetti di protezione del clima dovrebbe essere sempre presentato come una delle possibili attività. Presentare raccomandazioni concrete per l'azione (ad esempio, viaggiare con i mezzi pubblici, ristorazione sostenibile, comportamenti di risparmio energetico in hotel, ecc.) rafforza l'impegno degli ospiti nell'agenda di sostenibilità della destina-

zione e aumenta la probabilità che anche loro si comportino in modo sostenibile.

### Facilità di accesso

- La presentazione delle informazioni deve essere accattivante e di facile comprensione, senza sopraffare l'ospite. In fase di implementazione, è utile includere la possibilità di sostenere finanziariamente i progetti di protezione del clima direttamente nel processo di prenotazione per aumentarne l'accessibilità.

### Spiegazione dei progetti di protezione del clima

- Gli ospiti sono più disposti a sostenere i progetti di protezione del clima se questi vengono spiegati nel dettaglio. Il concetto di finanziamento della protezione del clima deve quindi essere spiegato in modo semplice, ma convincente.
- La comunicazione generale e in particolare la formulazione delle descrizioni dei progetti dovrebbero enfatizzare gli aspetti rilevanti per il clima, quelli sociali e quelli di interesse personale, al fine di rivolgersi a tutti i clienti in egual misura.
- **Soprattutto nei Paesi in via di sviluppo, i progetti di protezione del clima spesso non solo hanno un effetto positivo sul clima, ma portano anche benefici sociali semplificando la vita della popolazione locale e creando posti di lavoro.**

**Se agli ospiti viene data la possibilità di scegliere di partecipare finanziariamente a un progetto di protezione del clima nei Paesi in via di sviluppo, occorre sottolineare anche il vantaggio del rapporto qualità-prezzo. A parità di contributo, nei Paesi in via di sviluppo si possono compensare più CO<sub>2</sub> che in Occidente. Questi vantaggi dovrebbero essere evidenziati nella descrizione del progetto.**

- La selezione dei progetti dovrebbe concentrarsi su soluzioni basate sulla natura. Se si propongono progetti forestali, occorre assicurarsi che rispondano a criteri rigorosi di credibilità e valore aggiunto per il clima.
- In generale, i progetti certificati dovrebbero essere offerti per aumentare l'affidabilità. La descrizione del progetto dovrebbe includere una breve descrizione della certificazione o almeno un link per consentire un accesso rapido e semplice alle informazioni.

### Scelta

- All'ospite dovrebbero essere presentati diversi progetti certificati di protezione del clima in diverse regioni e dovrebbe essere offerta una scelta invece di chiedere una disponibilità generale.
- Molti ospiti vogliono avere la possibilità di suddividere i loro contributi tra diversi progetti. Questo può portare a una maggiore disponibilità a contribuire finanziariamente.

# Impronta di carbonio della destinazione - raccolta dati

## Informazioni generali

Questa compilazione contiene principalmente assistenza contenutistica per il tipico bilancio CO<sub>2</sub> aziendale con myclimate smart 3. A seconda del fornitore di servizi turistici (hotel, ferrovia di montagna, struttura ricreativa, ecc.), è possibile omettere o aggiungere singoli indicatori. In sostanza, però, gli indicatori qui elencati devono essere raccolti per un bilancio CO<sub>2</sub>.

### Raccolta dati

- Inserire i dati di consumo e attività su 12 mesi.
- Compilate i campi relativi alla vostra azienda.

## Profilo

In quest'area vengono registrate informazioni importanti sulla località. Sono necessarie soprattutto per verificare la plausibilità dei dati inseriti e per creare cifre chiave. (*Fonti dei dati: risorse umane, gestione delle strutture, relazione annuale*).

Giorni lavorativi	d	Numero di giorni lavorativi nell'anno di registrazione = 365 giorni - giorni del fine settimana - giorni di ferie - giorni di riposo (ad esempio, giorni festivi) I giorni di malattia non devono essere presi in considerazione.
I dipendenti	No.	Numero medio annuo di dipendenti in equivalenti a tempo pieno (FTE) nell'anno di riferimento. Esempio: Dipendente A = 3 mesi al 60 % del carico di lavoro = 0,15 FTE (= * 60 %) Dipendente B = 12 mesi all' 80 % del carico di lavoro = 0,8 FTE (= * 80 %) Dipendente A + B = 0,95 FTE Per approssimazione, è possibile specificare anche gli equivalenti a tempo pieno alla data di riferimento (ad esempio, il 31 dicembre). Si prega di specificarlo nel campo dei commenti.
Area di riferimento per l'energia	m <sup>2</sup>	Somma delle aree riscaldate o climatizzate del luogo registrato. Non includere le aree non a temperatura controllata, come i magazzini.
Fatturato	CHF	Fatturato nell'anno di registrazione (informazione facoltativa)
Emissioni compensate	CO <sub>2</sub> e	Le emissioni già compensate sono incluse nel bilancio in conformità al Protocollo GHG. Queste possono essere registrate qui in modo da poter essere riportate separatamente. Tuttavia, anche i dati di consumo/attività devono essere registrati nello strumento.

## Energia

(*Fonti dei dati: Gestione delle strutture, bollette dell'elettricità e del calore, bollette dei servizi, proprietari, società di servizi energetici*)

Elettricità, rinnovabili	kWh	Consumo: quantità totale di elettricità acquistata dalle bollette elettriche (tariffa alta e bassa). Fonti: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo di energia elettrica della località registrata</li> <li>• Pompa di calore</li> <li>• Stazioni di ricarica elettrica interne</li> <li>• Impianti fotovoltaici propri (solo per uso personale)</li> </ul> Mix di elettricità: Indicare nel campo dei commenti il fornitore e il prodotto elettrico utilizzato. Solo l'elettricità proveniente da energie rinnovabili certificate è considerata rinnovabile.
Elettricità, convenzionale	kWh	

Energia		
Olio da riscaldamento	l	<p>Consumi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prio 1: Specificare il consumo effettivo, tenendo conto dei livelli di riempimento dei serbatoi di gasolio da riscaldamento all'inizio e alla fine dell'anno e della quantità acquistata durante l'anno.</li> <li>• Priorità 2: specificare solo l'acquisto.</li> </ul> <p>Si prega di documentare il metodo selezionato nel campo dei commenti.</p> <p>Conversione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 litro di gasolio per riscaldamento <math>\cong</math> 10 kWh</li> <li>• 1 MJ <math>\cong</math> 0,2778 kWh</li> </ul> <p>Se è stata effettuata una conversione, documentare i dati grezzi nel campo dei commenti.</p>
Gas naturale	kWh	<p>Consumo:</p> <p>Quantità totale di gas consumata, ricavata dalla bolletta del fornitore di energia.</p> <p>Conversione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\cong</math> 10,089 kWh (gas naturale)</li> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\cong</math> 6.717 kWh (biogas)</li> <li>• 1 MJ <math>\cong</math> 0,2778 kWh</li> </ul> <p>Se è stata effettuata una conversione, documentare i dati grezzi nel campo dei commenti.</p>
Biogas	kWh	<p>Prodotto:</p> <p>Se viene aggiunta una certa quantità di biogas, calcolarla di conseguenza e inserire la quantità di biogas alla voce "Biogas".</p>
Energia del legno	kWh	<p>Prodotto:</p> <p>Non si fa distinzione tra tronchi, cippato e pellet.</p> <p>Conversione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pellet <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg <math>\cong</math> 4,8 kWh</li> <li>• 1m<sup>3</sup> <math>\cong</math> 3000 kWh</li> </ul> </li> <li>• Cippato <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg <math>\cong</math> 2 kWh</li> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\cong</math> 800 kWh</li> <li>• 1 MJ <math>\cong</math> 0,2778 kWh</li> </ul> </li> <li>• Legno in pezzi <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg <math>\cong</math> 4,2 kWh</li> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\cong</math> 1600 kWh</li> </ul> </li> </ul> <p>Se è stata effettuata una conversione, documentare i dati grezzi nel campo dei commenti.</p>
Energia solare termica	kWh	Energia prodotta da sistemi solari
Teleriscaldamento	kWh	<p>Consumo:</p> <p>Quantità di energia di teleriscaldamento consumata</p> <p>Prodotto:</p> <p>Nel campo dei commenti, documentare il fornitore di teleriscaldamento e, se noto, il nome del prodotto di teleriscaldamento e la sua composizione.</p> <p>Esempio:</p> <p>ERZ / Entsorgung und Recycling Zürich, Zürich Wärme: 64 % incenerimento dei rifiuti, 12 % legno, 16 % gas naturale, 3,5 % calore residuo Limmat, 4,5 % gasolio da riscaldamento</p> <p>Conversione:</p> <p>1 MJ <math>\cong</math> 0,2778 kWh</p>
Raffreddamento a distanza	kWh	<p>Consumo:</p> <p>Quantità di energia di teleriscaldamento consumata</p> <p>Nota:</p> <p>Come il teleriscaldamento, anche il teleraffreddamento non viene prodotto in loco e viene messo a disposizione dei clienti attraverso una rete di tubature ben isolate.</p>
Refrigerante (tramite la capacità di raffreddamento)	kWh	<p>Selezionare i refrigeranti utilizzati nel menu a discesa e inserire la rispettiva capacità di raffreddamento delle unità di raffreddamento.</p> <p>Contattate il vostro referente di myclimate se conoscete le quantità di refrigerante ricaricate (ad esempio in litri). È possibile attivare un modulo aggiuntivo ("Refrigerante tramite quantità di ricarica").</p> <p>Nota: in Svizzera, gli impianti di condizionamento dell'aria negli edifici sono piuttosto rari a causa della difficoltà di ottenere l'autorizzazione, e i cantoni regolano la questione in modo diverso.</p>

## Mobilità degli ospiti

Inserite nella tabella le distanze di viaggio dei vostri ospiti per l'arrivo e la partenza, suddivise per i diversi mezzi di trasporto.

- Trasporto pubblico: treno, autobus
- Autovetture: benzina, diesel, elettriche
- Velivolo

Inserite nella tabella le distanze percorse dai vostri ospiti durante il soggiorno, suddivise per i diversi mezzi di trasporto.

- Trasporto pubblico: treno, autobus
- Autovetture: benzina, diesel, elettriche
- Bicicletta elettrica

Le distanze percorse vengono registrate o estrapolate utilizzando le seguenti opzioni:

- Sondaggi tramite moduli di registrazione
- Sondaggi
- Analisi dei dati di telefonia mobile
- ...

## Servizio navetta

Inserite nella tabella le distanze di pendolarismo (cioè il tragitto per raggiungere il posto di lavoro) dei vostri dipendenti, suddivise tra mezzi pubblici e auto (per tipo di carburante). Nota bene: Le attività di pendolarismo con veicoli di proprietà dell'azienda sono registrate alla voce "Consumo di carburante dei veicoli propri" nella sezione "Trasporti" e non devono essere incluse qui, poiché queste emissioni sono gestite in modo diverso nella contabilizzazione delle emissioni.

Esistono diversi approcci per bilanciare le emissioni del traffico pendolare:

- Indagine diretta sui dipendenti che si recano al lavoro ed estrapolazione. Come ulteriore aiuto, la voce "Shuttle traffic" per scaricare la registrazione Excel.
- Indagine diretta sui comportamenti di mobilità dei dipendenti tramite il sondaggio online myclimate.
- Modellazione dei percorsi per raggiungere il posto di lavoro a partire da un elenco anonimo dei luoghi di residenza dei dipendenti utilizzando Google Maps.
- Memorizzazione di valori empirici provenienti dall'indagine di microcensimento sul comportamento di mobilità della popolazione svizzera condotta dall'Ufficio federale di statistica. myclimate sarà lieta di supportarvi nella registrazione del traffico pendolare; per ulteriori informazioni, contattate il vostro referente.

## Transazioni commerciali

Inserite qui i dati relativi alla mobilità dei vostri dipendenti per motivi di lavoro (escluso il pendolarismo, vedi Pendolarismo). Le distanze sono registrate per modalità di trasporto:

- Trasporto pubblico
- Autovetture: tutte le percorrenze a scopo lavorativo con veicoli esterni (veicoli a noleggio, taxi, veicoli privati)
- Velivolo
- Pernottamenti per motivi di lavoro (per categoria di hotel)

Esistono diverse opzioni per registrare le emissioni dei voli:

- Suddivisione dei voli in rotte a breve, medio e lungo raggio
- Registrazione diretta delle emissioni di CO<sub>2</sub> dei viaggi aerei se le emissioni sono state bilanciate esternamente, ad esempio utilizzando il calcolatore di voli myclimate.
- Se le emissioni vengono analizzate da un'agenzia di viaggio esterna, è possibile inserire anche il risultato. Si prega di documentare la base di calcolo; il risultato e la base di calcolo saranno poi verificati da myclimate (vedere la base di calcolo di myclimate flight calculator).
- In alternativa, potete inviare direttamente a myclimate un elenco dei vostri voli suddivisi in singole tratte, compresi i codici IATA degli aeroporti di partenza e di destinazione e la classe (Economy / Business / First), ad esempio utilizzando il documento Excel. Le emissioni dei voli vengono analizzate (gratuitamente) da myclimate utilizzando il calcolatore di voli di myclimate e inserite in myclimate smart 3. Per maggiori informazioni su questa opzione, contattate il vostro referente di myclimate.

### Consumo di carburante dei veicoli propri

Inserire il consumo di carburante dei veicoli di proprietà dell'azienda o da essa controllati (compreso il leasing). *(Fonte dei dati sul consumo di carburante: estratti conto delle carte dei distributori di benzina, note spese).*

Benzina	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto piccola: 0,07 l / km</li> <li>• Auto di fascia media: 0,08 l/km</li> <li>• SUV / Furgone / Lusso: 0,10 l / km</li> </ul>
Diesel	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto piccola: 0,05 l / km</li> <li>• Auto di fascia media: 0,07 l/km</li> </ul>
Biodiesel	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SUV / Furgone / Lusso: 0,08 l / km</li> </ul>
Gas naturale	kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto piccola: 0,05 kg / km</li> <li>• Auto di media cilindrata: 0,06 kg / km</li> </ul>
Biogas	kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SUV / Van / Lusso: 0,07 kg / km</li> <li>• Lo Spritmonitor offre ulteriore assistenza all'indirizzo: <a href="http://www.spritmonitor.de">www.spritmonitor.de</a></li> </ul>
Auto elettrica	km	Indicare nel campo dei commenti la frequenza di ricarica delle auto elettriche presso le stazioni di ricarica dell'azienda.
Ibrido, non plug-in	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto piccola: 0,04 l / km</li> <li>• Auto di fascia media: 0,05 l/km</li> <li>• SUV / Furgone / Lusso: 0,06 l / km</li> </ul>

### Consegna

Inserire qui la consegna di lettere, pacchi ecc. da parte di aziende terze come la Posta Svizzera. In alcuni casi, le società di spedizione possono fornire informazioni dirette sul peso della spedizione per l'anno finanziario.

### Ristorazione

Si prega di inserire solo la quantità di catering fornita nella località. I consumi in ristoranti ecc. non devono essere presi in considerazione. *(Fonte dei dati: fatture dei fornitori)*

Acqua minerale e bevande analcoliche	l	Sommare le bevande come acqua minerale, Coca Cola, tè freddo, ecc.
Caffè, chicchi	t	Conversione: 1 tazza $\cong$ 7 g di caffè in grani
Caffè, capsule	pezzi.	Registrare il numero di capsule di caffè utilizzate nell'esercizio. Indicare nel campo dei commenti se si partecipa a un programma di ritiro delle capsule. In genere si presume che le capsule non vengano riciclate.
Tè	t	Conversione: 1 tazza / 1 bustina di tè $\cong$ 2 g di tè
Latte	l	Inserire il consumo di latte nell'esercizio.
Pasti, non vegetariani	pezzi.	Inserire i dettagli solo se l'azienda ha una propria mensa. Non si deve tener conto del servizio di ristorazione in ristoranti esterni, ecc.
Pasti, vegetariano	pezzi.	
Spuntini (tra i pasti)	pezzi.	

## APPENDICE I: LISTE DI CONTROLLO

### Materiali e rifiuti

(Fonti dei dati: Gestione della struttura, bollette / locatore, società di smaltimento dei rifiuti, fatturazione delle acque reflue)

Carta in fibra fresca	t	Registrare la quantità di carta utilizzata nell'esercizio, suddivisa in fibra fresca e carta riciclata. La carta disponibile in commercio ha una grammatura di 80 g / m <sup>2</sup> e quindi un peso specifico di 5 g / foglio.
Carta riciclata	t	
Toner (cartucce)	pezzi.	La conversione 1 cartuccia / 5000 fogli può essere utilizzata come aiuto per stimare il consumo di toner.
Acqua di rubinetto	m <sup>3</sup>	Stima se non sono disponibili dati: 27,5 litri / persona / giorno
Materiale stampato, su carta di fibra fresca	t	Registrare le quantità di materiale stampato ordinato all'esterno (ovèda una tipografia), anch'esso suddiviso in fibra vergine e fibra riciclata.
Materiale stampato, su carta riciclata	t	
Materia stampata, neutrale dal punto di vista climatico	t	
Computer desktop	pezzi.	Inserire i nuovi dispositivi elettronici acquistati nell'esercizio (non le scorte).
Schermi	pezzi.	
Computer portatili	pezzi.	
Tablet e smartphone	pezzi.	
Stampante	pezzi.	
Server	pezzi.	
Rifiuti industriali / spazzatura in MSWI	t	<p>Conversione dei rifiuti residui: • 1 m<sup>3</sup> <math>\cong</math> 1000 l <math>\cong</math> 100 kg</p> <p><i>Esempio di stima con contenitori operativi:</i> - Volume del contenitore = 1100 litri</p> <p>• Svuotamento ogni quindici giorni</p> <p><i>Quantità smaltita all'anno:</i></p> <p>1,1 m<sup>3</sup> (52 settimane / 2) <math>\times</math> 100 kg / m<sup>3</sup> = 2,86 tonnellate</p> <p>Per le conversioni, inserire i valori originali nel campo dei commenti.</p>
Rifiuti elettronici (riciclaggio)	t	Inserire la quantità di rifiuti elettronici nell'esercizio finanziario.
Riciclaggio dei rifiuti	t	Rifiuti generici di riciclaggio, come carta, cartone, PET, vetro, ecc.



## Finalità del fondo «Cause We Care»

In quanto aderente al programma «Cause We Care» (CWC), ogni azienda partner possiede un proprio fondo nel quale vengono depositati i versamenti effettuati dai clienti attraverso il meccanismo di «Cause We Care». Attraverso questo stesso fondo viene anche effettuato il raddoppio del valore da parte dell'azienda.

Il presente documento definisce quali sono le misure che possono essere finanziate con le risorse del fondo (o quali possono essere imputate al fondo) e quali sono gli altri requisiti richiesti per la gestione del fondo.

### A Destinazione d'uso

- 1 **Protezione del clima e sostenibilità ecologica:** obiettivo di CWC e del meccanismo CWC è la promozione di misure che portino a una riduzione delle emissioni di gas serra e aiutino a limitare il cambiamento climatico. Le risorse assegnate al fondo devono quindi essere utilizzate per questa finalità. In senso più generale, è possibile finanziare quelle misure che forniscono un contributo alla sostenibilità ecologica.
- 2 **Riduzione dei gas serra attraverso la compensazione climatica:** il contributo CWC attestato garantisce la neutralità climatica dell'offerta connessa al contributo. La compensazione climatica avviene mediante relativa donazione alla Fondazione myclimate e si concretizza in progetti di protezione del clima promossi dalla Fondazione e certificati e verificati da organi indipendenti. Per la compensazione si applicano gli impegni volontari e le disposizioni previste dalle CGC di myclimate ([www.myclimate.org/agb](http://www.myclimate.org/agb)).
- 3 **Misure aziendali:** il denaro che resta a disposizione dell'azienda dopo la deduzione per la compensazione può essere utilizzato per misure interne, in primo luogo il miglioramento della propria efficienza nella gestione dei gas serra e la sostenibilità ecologica. L'azienda ha comunque la facoltà di decidere di impiegare queste risorse, in accordo con la qui riportata finalità del fondo, anche al di fuori dell'azienda, oppure di utilizzarle per donazioni a favore di progetti.

### B Misure aziendali

**In linea di principio, sono imputabili come misure aziendali:**

- 4 **Tutte le misure conformi al presente documento sulla finalità del fondo,** specificamente la loro pianificazione, realizzazione e i successivi costi aziendali correnti. Ad essere imputata è la **prestazione ecologica supplementare**, ovvero l'entità che va oltre i costi di una soluzione standard (scenario di riferimento). Si considera scenario di riferimento la variante più conveniente avente analogo ambito di prestazioni. Ad esempio, in caso di passaggio da corrente convenzionale a corrente ecologica va imputata al fondo solamente la differenza di prezzo, ma non i costi di corrente precedenti. Le misure che hanno esclusivamente un valore aggiunto ecologico sono imputate al fondo al 100 per cento (ad es. attività di sensibilizzazione dei collaboratori, messa a disposizione di e-bike per gli ospiti, installazione di impianti FV, ecc.).



- 5 **Misure di consulenza, sensibilizzazione e istruzione:** anche misure che non possono essere direttamente quantificate e producono i loro effetti in maniera indiretta
- 6 **Ufficio aziendale dedicato alla sostenibilità,** sulla base degli effettivi costi di lavoro
- 7 **Commissione di implementazione CWC** come misura di sostenibilità iniziale
- 8 **Certificazioni e ricertificazione di etichette di sostenibilità** (ad es. ibex fairstay, TourCert)

**In linea di principio non sono imputabili:**

- 9 **Soluzioni sostitutive fossili:** rientrano in questo ambito le misure di efficienza basate sul passaggio da una tecnologia fossile a un'altra (ad es. passaggio da riscaldamento a olio a riscaldamento a gas, acquisizione di veicoli a metano in sostituzione di quelli a benzina).
- 10 **Misure ai sensi della finalità del fondo ma con altro tipo di conseguenze negative sull'ambiente:** ad es. passaggio dall'energia convenzionale alla di per sé ecologica energia nucleare.
- 11 **Tassa di associazione CWC:** la tassa di associazione annua CWC, che nel quadro della finalità del fondo viene considerata come spesa di marketing.
- 12 **Marketing e comunicazione:** spese generali di marketing e comunicazione; fa qui eccezione la comunicazione relativa ai contenuti ai sensi di trasparenza/obbligo di rendicontazione (ad es. rapporto sulla sostenibilità).

**Vigono regole speciali per:**

- 13 **Contributi periodici dei soci a programmi e organizzazioni di sostenibilità** nel senso di una destinazione vincolata (ad es. ibex fairstay, TourCert). In considerazione delle ivi contenute misure di comunicazione e di marketing, questi possono essere imputati al 50 per cento.
- 14 **Misure di attivazione CWC:** concrete misure di attivazione per ospiti/clienti relative alla partecipazione al CWC (ad es. espositori «orso bianco», giornate di iniziative, ecc.) possono essere imputate al 50 per cento.
- 15 **Collegamento con programmi di incentivazione / pagamenti doppi:** le misure che beneficiano già di programmi di incentivazione statali (ad es. programma per edifici, progetti di compensazione UFAM a livello nazionale) o il cui plusvalore ecologico sia stato venduto (ad es. vendita di corrente ecologica GO) richiedono una verifica particolare. In certe circostanze un'imputazione non è possibile oppure necessita di un adeguamento della comunicazione (v. sotto). Se possibile, sono da preferirsi altri progetti.

## C Gestione del fondo

---

- 16 **Fondo proprio dell'azienda:** il fondo CWC è proprietà dell'azienda partner e viene da questa gestito.
- 17 **Resoconto per myclimate:** nel quadro della sua partecipazione al programma, il partner CWC è tenuto a fornire a myclimate, insieme alla chiusura d'esercizio (o almeno una volta all'anno), un resoconto sugli introiti ricevuti dai clienti, sull'impiego delle risorse e/o sulla loro imputazione per le misure (accounting del fondo).

«Cause We Care» di myclimate



- 18 **Verifica delle misure relative al fondo da parte di myclimate:** sulla base del resoconto ricevuto, myclimate verifica la conformità dell'impiego delle risorse e/o della loro imputazione per le misure rispetto alla finalità vigente per il fondo.
- 19 **Durata di deposito nel fondo:** per l'esecuzione di grandi investimenti è possibile accumulare risorse nel fondo per fino a tre anni (ma non di più, onde favorire una tempestiva efficacia delle misure). La compensazione del clima avviene su base annuale.
- 20 **Data e durata di imputazione delle misure aziendali:** in linea di massima, le misure possono essere imputate al fondo nell'anno della loro realizzazione. L'azienda ha la facoltà di ripartire l'imputazione di grandi investimenti su due o tre anni.
- 21 **Saldo negativo:** un eventuale saldo negativo al termine del resoconto annuale sarà respinto. Non si effettua alcun trasferimento all'anno successivo. L'eventuale denaro supplementare mobilitato sarà riportato come voce aggiuntiva per il partner.

## D Trasparenza e comunicazione

---

- 22 **Trasparenza e comunicazione nei confronti dell'opinione pubblica:** le misure finanziate con il fondo CWS o imputate al fondo stesso devono essere riportate sul ritratto del partner presente sul sito CWC ([www.causewecare.ch/we/umsetzungspartner](http://www.causewecare.ch/we/umsetzungspartner)), insieme al totale delle risorse mobilitate e della relativa compensazione di CO<sub>2</sub> effettuata. Previa verifica da parte di myclimate, sono possibili motivate eccezioni in merito alla pubblicazione.
- 23 **Interazione con programmi di incentivazione:** se le misure finanziate con risorse CWC ricevono anche denaro da programmi di incentivazione (v. sopra), l'intero valore aggiunto ecologico (o parte di esso) è già coperto da questo programma di incentivazione. Il relativo valore aggiunto non può essere utilizzato nuovamente, in ambito comunicativo, per il CWC (v. documento a parte).

## E Altre disposizioni

---

- 24 **Destinazione vincolata in caso di disdetta:** se un partner esce dal programma CWC, a partire da quel momento non è più ammessa la generazione di altri introiti dai clienti. Le risorse ancora presenti sul fondo restano di proprietà del partner. Rimangono in tal caso in vigore la presente destinazione d'uso e gli obblighi di resoconto a myclimate.
- 25 **Modifiche alla finalità del fondo:** la determinazione e la modifica della finalità del fondo CWC è soggetta alla competenza di myclimate; in questo ambito, myclimate tiene in considerazione le richieste e le esigenze delle aziende partner. Eventuali variazioni sostanziali al contenuto e la loro entrata in vigore saranno comunicate in forma ufficiale. Se un'azienda partner non è d'accordo con una modifica sostanziale apportata, ha il diritto di uscire dal programma come da contratto o alla fine dell'anno solare. Gli introiti generati fino a quel momento sono soggetti all'ultima finalità del fondo accettata.

# Bibliografia e fonti

## Iniziative di destinazione

Aspen Skiing Company, una delle destinazioni leader nella gestione della sostenibilità nelle stazioni sciistiche.  
[www.aspensnowmass.com/discover/sustainability/sustainability-reports](http://www.aspensnowmass.com/discover/sustainability/sustainability-reports)

Excellence Initiative Sustainable Destinations, un'associazione di destinazioni turistiche impegnate nella sostenibilità in Germania con un portale di conoscenza online completo.  
[www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de](http://www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de)

Mountain Towns 2030 (MT2030), una rete nordamericana di città sciistiche e montane impegnate a raggiungere la neutralità delle emissioni di carbonio entro il 2030. [www.mt2030.org/mt2030-net-zero-pact](http://www.mt2030.org/mt2030-net-zero-pact)

La Mountain Collaborative for Climate Action è composta da quattro gruppi, Alterra Mountain Company, Boyne Resorts, POWDR Corp e Vail Resorts, che insieme gestiscono più di 75 stazioni sciistiche e intendono collaborare su iniziative di sostenibilità. [www.mountaincollab.com](http://www.mountaincollab.com)

## Siti web, campagne e calcolatori climatici

Dichiarazione di Glasgow sull'azione per il clima nel turismo dell'Organizzazione Mondiale del Turismo e della Rete One Planet delle Nazioni Unite:  
[www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism](http://www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism)

Hotel Carbon Measurement Initiative, standard globale per la contabilizzazione del clima nel settore ricettivo: <https://sustainablehospitalityalliance.org>

Klimalink, un'associazione di varie istituzioni turistiche tedesche per la rendicontazione delle emissioni di gas serra per i viaggi: [www.futouris.org/projekte/klimabewusst-reisen](http://www.futouris.org/projekte/klimabewusst-reisen)

## Bibliografia

Gasser, F., Gotsch, M. (2023). La comunicazione della sostenibilità nel turismo sciistico. Impatto dei diversi stili di comunicazione sulla percezione dei clienti e sul loro comportamento di sostenibilità.

Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes (2022). Sulla via della neutralità climatica entro il 2045: conoscenze e strategie per la protezione del clima nel turismo in Germania, Whitepaper del Centro Federale di Competenza per il Turismo: <https://kompetenzzentrum-tourismus.de/news/whitepaper-klimaschutz>

Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., Pretenthaler, F. (eds.) (2021). Turismo e cambiamento climatico. <https://doi.org/10.1007/10.1007/978-3-662-61522-5>

Schenk, B. (2022). L'impatto della regionalità sulla disponibilità dei turisti a pagare per la compensazione delle emissioni di anidride carbonica (tesi di Master presso la FHGR, Business Administration).

Steiger, R., Demiroglu, O. C., Pons, M., Salim, E. (2023). RISCHIO CLIMATICO E CARBONIO DEL TURISMO IN EUROPA, una compilazione europea dei principali rischi climatici per il turismo: <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2163653>.





Protezione del clima nelle destinazioni



*Ci auguriamo vivamente che questo prodotto dia a molte destinazioni un impulso decisivo per implementare in modo completo un'efficace protezione del clima nel settore turistico* – **Il team di redattori**