

PEJO3000

Val di **Sole**

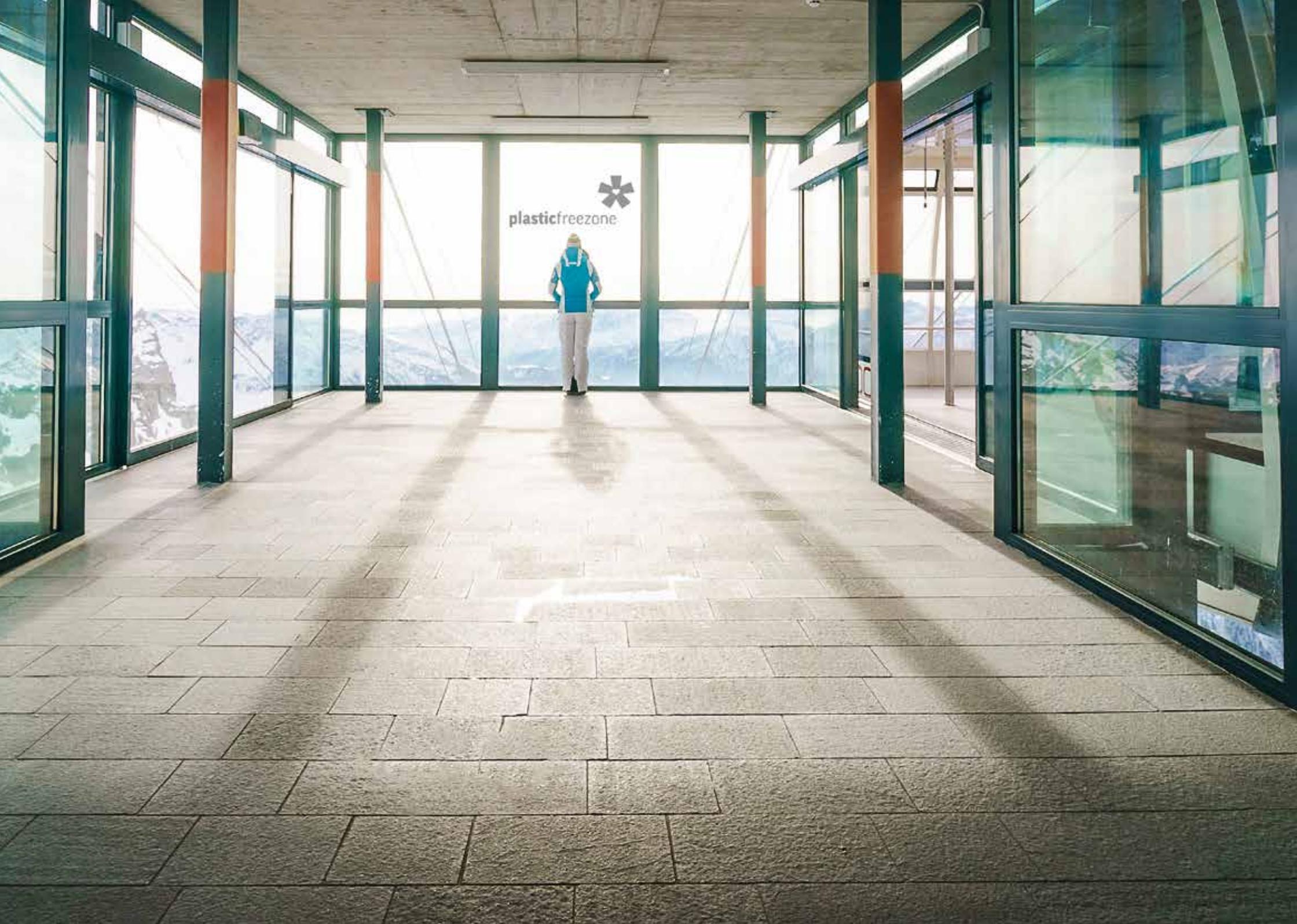
TRENTINO



**plasticfreezone**

LA SCELTA SOSTENIBILE DELLA SKIAREA PEJO3000  
PER IL FUTURO DELLA NOSTRA MONTAGNA

Rapporto di Progetto - 2020



plasticfreezone





# sommario

## **EXECUTIVE SUMMARY**

- 1. INTRODUZIONE ALLA LETTURA DEL DOCUMENTO pag. 9
- 2. IMPEGNI E PARTECIPAZIONE pag. 11

Sezione I.

## **IL PROGETTO**

- 3. "PEJO PLASTIC FREE" E IL REPORT DI PROGETTO pag. 16
- 4. PRIMA VALUTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ pag. 23

Sezione II.

## **I DATI RACCOLTI**

- 5. IMPATTI AMBIENTALI DELLA SKIAREA: I DATI RACCOLTI pag. 38
- 6. IMPATTI SOCIALI pag. 42

Sezione III.

## **CONCLUSIONI**

- 7. PROSPETTIVE DI SVILUPPO E CONSIDERAZIONI FINALI pag. 62
- 8. IL TEAM DI LAVORO pag. 64
- 9. CONTATTI pag. 65
- 10. BIBLIOGRAFIA SINTETICA pag. 65

## **GLI ALLEGATI**

- a. IL QUESTIONARIO SOMMINISTRATO AI TURISTI  
E L'APPROCCIO METODOLOGICO ADOTTATO pag. 68
- b. LE FAQ PER GLI OPERATORI pag. 80
- c. LE TABELLE DI RACCOLTA DEI DATI - RIFUGI E SCUOLA DI SCI pag. 84

**SE PUOI SOGNARLO,  
PUOI FARLO.  
BASTA PLASTICA!**

- inspired by **Walter Elias Disney** -



**EXECUTIVE  
SUMMARY** 



Il documento riporta risultati, evidenze ed alcune indicazioni emerse nell'ambito della **strategia di sviluppo "Plastic Free"** adottata dagli operatori della Skiarea Pejo3000 nella stagione invernale 2019-2020.

L'approccio "Plastic Free" ha garantito il **coinvolgimento e la partecipazione** dei soggetti presenti nell'ambito individuato della skiarea, al fine di costruire insieme a loro le azioni per uno sviluppo sostenibile, da attivarsi nel prossimo futuro.

A seguito dell'adozione di un metodo basato sull'applicazione delle buone prassi, in particolare le **norme tecniche** internazionali ISO come riferimento di ogni attività, sono stati definiti gli indicatori di monitoraggio collegabili agli aspetti validi a livello internazionale, in particolare da un punto di vista ambientale e sociale.

La **Sezione I** illustra l'impianto metodologico del progetto, gli obiettivi, gli strumenti ed i processi attivati. La **Sezione II** del presente rapporto presenta i risultati degli impatti ambientali misurati (GHG, impronta idrica, rifiuti), con un focus particolare sulla plastica risparmiata dagli operatori coinvolti durante la stagione invernale. A seguire, si riportano riflessioni rispetto agli impatti sociali derivanti da una rilevazione sui visitatori, così come da interviste qualitative rivolte ai lavoratori nel territorio oggetto di indagine. Si presentano anche le attività di sensibilizzazione rivolte ai diversi target individuati.

Le conclusioni, raccolte nella **Sezione III**, permettono di ragionare in termini di **scenario possibile** partendo da degli elementi di certezza - quali sono i dati raccolti nel presente report - per iniziare a costruire un nuovo panorama, che si presenta per punti nell'ultima sezione.

## 1. INTRODUZIONE ALLA LETTURA DEL DOCUMENTO

Il presente rapporto viene presentato in un momento di importante transizione non solo per la realtà trentina, bensì per l'intero sistema globale: i primi mesi del 2020 hanno, infatti, visto il nascere e diffondersi di una pandemia dovuta al Coronavirus Covid-19 che ha modificato in modo strutturale molti settori economici, tra cui il turismo. Per quanto riguarda il territorio italiano, la fase di lockdown - durata un paio di mesi circa - ha poi visto una successiva fase di riapertura e riavvio di molte attività, coincidente con la stagione estiva, ed una ulteriore chiusura coincidente con l'autunno 2020 e l'inverno 2020/2021. Proprio nei mesi invernali del 2020 era stata avviata la **seconda fase** del progetto di sostenibilità della Skiarea Pejo3000, lanciato alla fine del 2019. Tra settembre e dicembre 2019 è stato definito un insieme di attività, che avevano l'intenzione di dare una svolta sostenibile al territorio, adottando una strategia di medio-lungo periodo e che potesse condividere obiettivi chiari, strumenti precisi e risultati concreti con gli operatori che erano stati coinvolti. Si era infatti deciso, in prima istanza, di adottare l'approccio "Plastic Free" per **coinvolgere e garantire la partecipazione** dei soggetti presenti nell'ambito individuato - la Skiarea - in una regione che già si configura eco-friendly, come dimostrato dalle numerose best practice censite. La firma della lettera di intenti tra gli operatori della Skiarea, coordinati dall'Azienda per il Turismo della Val di Sole, era lo strumento operativo individuato per concordare specifiche azioni volte a eliminare la plastica, immaginare e approcciarsi ad un modello di sviluppo di medio termine. Il metodo era basato sull'applicazione delle buone prassi, individuando in particolare le **norme tecniche internazionali ISO** come riferimento di ogni attività, e definendo quindi traguardi, percorsi e indicatori di monitoraggio collegabili agli aspetti validi a livello internazionale. Il turismo, quale risorsa imprescindibile della valle, si configurava non come fine, bensì come strumento per una valorizzazione sostenibile del territorio montano: la corretta gestione del territorio ha messo in posizione di rilievo l'esigenza di sostenere modelli cooperativi e partecipativi che traggono appunto origine dalla conoscenza del locale, al fine di trasformare le sfide in risorse positive rispettose del contesto stesso e, quindi, nel rispetto dei principi di sostenibilità. Dicembre 2019 ha dunque visto la **presentazione pubblica del Report "Pejo Plastic Free"** e l'effettiva eliminazione delle plastiche monouso dagli





operatori presenti nella Skiarea Pejo3000. Si è subito iniziato a programmare la Fase 2 del percorso di sviluppo sostenibile del territorio, volta prima di tutto, ad organizzare la progettazione di alcuni indicatori ambientali, sociali ed economici: la misurazione reale e affidabile avrebbe permesso poi di costruire uno scenario di sviluppo fattibile e realizzabile a partire dalla fine del 2020, momento in cui il presente Report avrebbe dovuto essere ufficialmente presentato, congiuntamente ad azioni di implementazione per l'anno 2021.

La situazione emergenziale ha, però, interrotto l'operatività e si è reso necessario un **ripensamento del senso e del valore del progetto nel suo complesso** e non solo quindi delle singole azioni puntuali. Quale è il ruolo della sostenibilità in un contesto pandemico? Ha ancora senso adottare un approccio sostenibile al turismo? Quali sono e saranno i principali bisogni degli operatori del settore turistico? Come possiamo supportare un territorio e quale punto di vista è più opportuno adottare? Sono state alcune delle domande che il gruppo di lavoro ha iniziato ad affrontare per capire la logica di un lavoro che era stato avviato e poi interrotto, ma che in qualche modo era un piccolo tesoro che non doveva essere sprecato. I dati - di natura ambientale e sociale principalmente- erano in parte già stati raccolti e si è pensato che potessero comunque avere un valore, potessero essere presentati, principalmente in ottica di stimolo ad un pensiero creativo e di programmazione futura. Il senso era infatti, quello di volgere lo sguardo oltre la pandemia; non tutto sarebbe stato raso al suolo, seppur le condizioni di contesto fossero traumatiche, difficili, complesse, e a volte non permettessero di pensare e progettare.

**Ragionare in termini di scenario possibile** è stato l'invito che ApT Val di Sole, insieme al gruppo di lavoro, ha rivolto al proprio interno e con il quale si è posto, per fare in modo che nulla andasse sprecato, bensì si potesse partire da degli elementi di certezza - quali sono i dati raccolti nel presente report - per iniziare a costruire un nuovo panorama. Questo documento è in ogni caso è un punto fermo, certamente utile e di valore per le riflessioni future che ne potranno derivare. Mettiamo dunque a disposizione del territorio tutti i dati raccolti, relativi alla sostenibilità ambientale e sociale della Skiarea Pejo3000, pensando che possano essere un tramite, non un punto di arrivo, uno stimolo e non un traguardo, uno strumento e non un risultato, per sviluppare nuove riflessioni per progetti futuri, che porteranno sicuramente quali pilastri portanti l'apertura e l'ascolto del territorio e uno sviluppo più umano e rispettoso delle esigenze delle persone.

## 2. IMPEGNI E PARTECIPAZIONE

### Le riflessioni del Presidente dell'Azienda per il Turismo della Val di Sole

Il momento che stiamo vivendo, non è esagerato dirlo, è epocale.

Stanno cambiando molte cose nel mondo del turismo e del viaggio e dovrà cambiare sempre di più il modo di lavorare delle imprese turistiche. Gli operatori chiedono ai nostri enti vicinanza, ascolto, strumenti strategici, orientamento, cura. La nostra ApT dovrà essere sempre meno "Azienda di Promozione Turistica" (come ancora capita di essere definiti), e sempre di più *DMO*, *Destination Management Organization*, che si sappia porre come facilitatore dei processi territoriali, punto di riferimento degli operatori, cabina di regia e "cervello" della destinazione turistica.

L'ApT è chiamata ad interpretare il ruolo di facilitatore dei processi territoriali, punto di riferimento degli operatori e guida per individuare strade e soluzioni in un'epoca di grande complessità e di "nuove crisi". I temi dello sviluppo della destinazione, della sostenibilità ambientale e sociale, dell'innovazione di prodotto e di processo, del coaching e supporto agli operatori, della trasformazione digitale sono al centro di questa azione e ne costituiscono i contenuti fondamentali. L'approccio e il metodo di lavoro devono poi essere contraddistinti da inclusività, relazione, capacità di fare sistema e intelligenza emotiva, per costruire insieme agli operatori territoriali una visione e un percorso condiviso verso il futuro della destinazione.

Vogliamo essere un punto di riferimento per le organizzazioni che desiderano allineare la loro cultura e i loro comportamenti alle loro strategie, generando così impegno, energia e innovazione per perseguire il fine fondamentale del benessere collettivo. Su questo nuovo terreno di lavoro *Pejo Plastic Free* rappresenta un primo ed ottimo esempio del nuovo approccio, configurandosi come "progetto pilota" di un nuovo modo di "essere destinazione". Un'iniziativa di visione, che guarda al futuro e allo sviluppo sostenibile del nostro territorio, nata e cresciuta da una collaborazione virtuosa e armonica di soggetti pubblici (Parco Nazionale dello Stelvio e Comune di Peio) e privati (Pejo Funivie, rifugi e scuola di sci della Skiarea), con il nostro ente a fare sintesi e guidare il percorso, interpretando la sua natura di soggetto intermedio e facilitatore. Il periodo



in cui è stato scritto questo rapporto ha posto il nostro territorio e la nostra comunità davanti a sfide inedite, drammatiche ed estremamente complesse. Non possiamo affermare che questo scenario ci ha trovati preparati, probabilmente nessuno può dirlo, ma certamente che abbiamo voluto reagire con flessibilità, capacità di adattamento e sforzo creativo. In un certo senso, la crisi del Covid-19 ha accelerato un passaggio strategico che era già in atto da tempo, ponendo al centro dell'attenzione i temi strategici della sostenibilità e dell'equilibrio tra sviluppo turistico e partecipazione delle comunità residenti. La nostra destinazione dovrà dimostrare di essere all'altezza di queste sfide. I nostri operatori hanno vissuto e stanno vivendo un momento di grande incertezza e smarrimento e hanno bisogno di punti di riferimento. Il ruolo dei nostri enti e l'efficacia dei progetti che proporremo non saranno misurati soltanto nel tentativo di dare risposte che a volte non esistono, ma sulla capacità di stare al fianco delle imprese e assisterle valorizzando le competenze e dimostrando di riuscire ad avere una visione d'insieme e una grande flessibilità. Il progetto descritto in queste pagine racconta di una destinazione che prova ad immaginare un futuro diverso, che compie una scelta coraggiosa e apre la strada verso nuove modalità di proporsi nei confronti di ospiti e residenti. Anche questa iniziativa ha trovato sulla sua strada la peggiore crisi globale dal dopoguerra e il percorso che avevamo immaginato si è dovuto adattare e calibrare ad un contesto nuovo ed estremamente complesso. Lo slancio verso un futuro che deve essere sempre più "presente" non si è però arrestato, anzi è uscito da questa esperienza rafforzato.

Pejo Plastic Free è anzitutto questo: **il primo passo verso una nuova idea di destinazione turistica.**



## La voce degli operatori: alcune considerazioni

*"...i temi e le criticità legate ad una gestione sostenibile della destinazione sono ancora più centrali nella strategia di destinazione. Il progetto è per questo importantissimo per la struttura che, situata all'interno del Parco Nazionale dello Stelvio, è chiamata ad una maggior sensibilità verso queste tematiche. La fatica nel perseguimento del progetto è relativa; prevale la convinzione di dover agire per contrastare inquinamento e problematiche ambientali. Il progetto deve proseguire, consolidare ed allargarsi al mondo del ricettivo, cercando di sensibilizzare il maggior numero di operatori..."*

*"...i clienti dimostrano di apprezzare il progetto, riconoscendone l'importanza ed il carattere innovativo. A volte però emerge l'esigenza di rassicurarli o se non altro di condividere con loro le ragioni che hanno spinto all'adozione del progetto perché possano consapevolmente condividere determinate scelte..."*

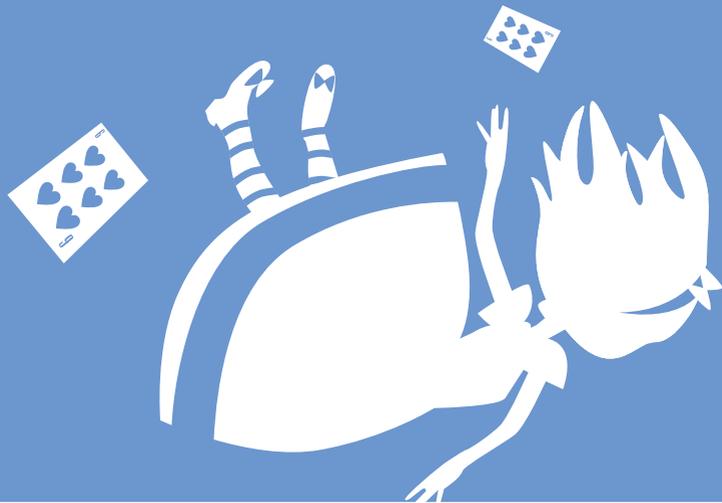
*"...riaffermare i principi inseriti nella lettera d'intenti è importante per preservare l'ambiente, che è un ambiente di pregio, per salvaguardarlo per le future generazioni e per tutelare le attività economiche che da questo territorio traggono beneficio..."*

*"...guardando al futuro del progetto, serve che questo continui a non essere calato dall'alto ma vanno ascoltate le esigenze degli operatori, va capito se sono interessati e soprattutto va fatta opera di sensibilizzazione su specifiche tematiche, proseguendo dunque l'attività di coinvolgimento ad ampio spettro..."*

Sono le riflessioni che alcuni degli operatori coinvolti nel progetto hanno espresso in conclusione della prima fase avviata nel 2020 e che permettono di leggere questo rapporto in prospettiva. Lo sguardo al futuro accomuna questi soggetti che non vogliono fermarsi ad un bilancio delle attività svolte, ma intendono porre l'attenzione agli elementi positivi, al fine di finalizzarli ad un miglioramento continuo verso la sostenibilità.

**POTREI ANCHE  
SCOMPARIRE DEL TUTTO,  
COME LA PLASTICA!**

- inspired by **Alice in Wonderland** -



SEZIONE I

**IL PROGETTO** 



### 3. “PEJO PLASTIC FREE” E IL REPORT DI PROGETTO

#### Essere “Plastic Free”

Il progetto “Pejo Plastic Free” è stato avviato nell’estate del 2019 con l’obiettivo di individuare, concordare, definire e sviluppare un approccio sostenibile al territorio.

#### Il progetto è stato organizzato in diverse fasi progressive:

- una preliminare di lancio e avvio dei lavori, caratterizzata dal progetto “Plastic Free”;
- una seconda, più oggettiva e dedicata alla misurazione e alla conoscenza dello stato di fatto, all’interno della Skiarea Pejo 3000 in termini di comportamenti e azioni;
- una terza di pianificazione strategica;
- un’ultima di attuazione operativa e rivalutazione complessiva del progetto verso il 2022.



Tra settembre e dicembre 2019 sono state definite diverse attività con l’obiettivo di dare una svolta sostenibile, adottando una strategia da potersi applicare nel breve periodo e che potesse condividere obiettivi chiari, strumenti precisi e risultati concreti con gli operatori che erano stato coinvolti.

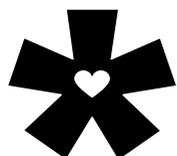
Si era infatti deciso, in prima istanza, di adottare l’approccio “Plastic Free” per **coinvolgere e garantire la partecipazione dei soggetti** presenti nell’ambito individuato - la Skiarea Pejo3000 -, in una regione che già si configura *eco-friendly*, come dimostrato dalle numerose best practice censite. La firma di una lettera di intenti tra gli operatori della Skiarea, che formalizzava gli impegni degli operatori, è stato lo strumento operativo individuato per concordare specifiche azioni volte a eliminare la plastica ed immaginare e approcciarsi ad un modello di sviluppo di medio termine. Il metodo è basato sull’applicazione delle buone prassi, individuando, in particolare le norme tecniche internazionali ISO come riferimento di ogni attività, e definendo quindi traguardi, percorsi e indicatori di monitoraggio collegabili agli aspetti validi a livello internazionale. Il turismo, quale risorsa imprescindibile della Valle, si configurava non come fine, bensì come strumento per una valorizzazione sostenibile del territorio montano: la corretta gestione del territorio ha messo in posizione di rilievo l’esigenza di sostenere modelli cooperativi e partecipativi che traessero appunto origine dalla conoscenza del locale, al fine di trasformare le sfide in risorse positive rispettose del contesto stesso e quindi nel rispetto dei principi di sostenibilità. **L’Azienda per il Turismo della Val di Sole** si è posta come referente del progetto e ha individuato nella prima fase un gruppo di lavoro ristretto multidisciplinare, per garantire tutela e trasparenza verso gli stakeholder. Il gruppo di lavoro, sulla base dei dati esistenti e di specifiche indagini, in particolare quella sulle esigenze degli stakeholder e sulla significatività, ha individuato le prime azioni da attuare. Al fine di garantire un **approccio multidisciplinare**, coerente con gli obiettivi decisi, sono state individuate le seguenti competenze da affiancare al personale dell’ApT: economia della sostenibilità, auditor esperto di sostenibilità secondo gli standard ISO, legale, comunicatore in materia di compliance e normazione tecnica.

#### Tale gruppo di lavoro ha individuato le seguenti attività da svilupparsi a cavallo tra fine 2019 e 2020:

1. definizione di un modello operativo per attuare il percorso culturale “Skiarea Pejo3000 Plastic Free”;
2. definizione di una politica della sostenibilità;
3. regole per la stesura del report di sostenibilità (analisi indicatori e modelli di riferimento);
4. individuazione di modelli e programmi per l’attuazione di un programma di sostenibilità;

5. formazione al personale coinvolto sul concetto di sostenibilità con l'approccio di conformità alle norme tecniche;
6. attività di sensibilizzazione e coinvolgimento.

Dicembre 2019 ha dunque visto la presentazione pubblica del report "Pejo Plastic Free" e l'effettiva eliminazione delle plastiche monouso da parte degli operatori presenti nella Skiarea Pejo3000: i prodotti monouso selezionati in plastica per i quali esistono alternative sul mercato sono stati rimpiazzati o sono state utilizzate soluzioni alternative riciclabili o biodegradabili, per bastoncini di cotone, posate, piatti, cannucce, agitatori, tazze, contenitori per alimenti e bevande in polistirene espanso e su tutti i prodotti fatti di plastica oxo-degradabile; inoltre, sono state adottate misure per ridurre il consumo di contenitori per alimenti e bicchieri per bevande in plastica; a seguire, la raccolta differenziata dei residui prodotti; non da ultimo, azioni di sensibilizzazione e comunicazione verso i visitatori e residenti. I mesi di dicembre e gennaio hanno visto una importante campagna di comunicazione (vedere allegati).



Il progetto Plastic Free prosegue ad oggi (autunno 2020) con la creazione di un modello con relativo marchio di adesione al progetto, che possa includere soggetti che nella zona vogliono partecipare, in particolare gli alberghi o le strutture ricettive ed i soggetti collegati al settore dell'ospitalità.

## Plastic Free: un progetto conforme alle regole internazionali in materia di claim etici di sostenibilità

Per garantire tutti gli stakeholder della bontà del progetto è stato scelto di seguire la **prassi internazionale ISO 17033** (adottata anche a livello italiano come UNI ISO e quindi pienamente operativa a livello nazionale).

La norma tecnica definisce i requisiti per avere dichiarazioni sostenibili (ossia che coinvolgano oltre la dimensione ambientale anche quella economico sociale), che siano accurate e non fuorvianti.

L'applicazione dello standard ha portato al progetto parecchie modifiche rispetto all'ipotesi iniziale, questo al fine di permettere che le dichiarazioni fossero verificabili. In particolare:

1. presenza di un vero e proprio accordo fra i soggetti partecipanti e inserimento di controlli specifici;
2. inserimento di informazioni aggiuntive rispetto alla semplice dicitura Plastic Free;
3. raccolta di dati in modo organizzato;
4. reporting obbligatorio e standardizzato.



## Il Report di Progetto e il proseguimento dei lavori

È stata decisa la predisposizione di un report in quanto strumento più efficace per coinvolgere gli stakeholder e per gestire un progetto che prosegue nel tempo, per questo tutto il lavoro che è stato svolto viene rendicontato nel presente documento, che può essere continuamente aggiornato e che ha creato un presidio permanente presso l'Azienda per il Turismo della Val di Sole. Per ogni esigenza è possibile consultare il paragrafo contatti. Sulla base della presente versione del rapporto, il gruppo di lavoro ha iniziato a programmare le fasi successive del percorso di sviluppo sostenibile del territorio, volto prima di tutto ad organizzare una nuova misurazione di alcuni indicatori ambientali, sociali ed economici: la misurazione reale e affidabile permetterà poi di costruire uno scenario di sviluppo fattibile e realizzabile a partire dalla fine del 2020.



Nello specifico, nei mesi di Gennaio e Febbraio 2020 sono state svolte le seguenti attività:

- **campagna di comunicazione:** è stata incaricata una specifica agenzia di comunicazione che, con il coordinamento di ApT, ha sviluppato un chiaro concept di comunicazione (vedere pagina 44) ed ha avuto il compito di seguire e sviluppare la comunicazione delle azioni di progetto, nel corso dello sviluppo dello stesso. L'ufficio stampa di ApT ha, inoltre, diffuso il media kit del progetto ai principali media nazionali, come da rassegna stampa online, mentre il social media team dell'ApT si è occupato del piano redazionale dedicato sui canali social del territorio.
- **formazione operatori:** la formazione agli operatori è stato un elemento di forte caratterizzazione del progetto, sia per essere allineati alle buone prassi internazionali sia per informare e coinvolgere gli operatori stessi. Si è quindi ritenuto importante dialogare con gli operatori del territorio, attraverso diversi incontri che sono stati organizzati, al fine di sensibilizzarli rispetto alla concretezza del lavoro che si stava svolgendo, ma anche confrontarsi sulle modalità del lavoro, sull'approccio, sulle possibili alternative operative. Inoltre, rappresentando gli operatori il primo punto di contatto con i turisti e visitatori, si è ritenuto importante condividere con loro una linea condivisa di approccio alla comunicazione, che è stata illustrata in appositi incontri e che può essere sintetizzata nel documento denominato "I 10 perché che guidano

l'azione" che si riporta in allegato. Le attività di formazione hanno avuto luogo in presenza nelle seguenti giornate:

- 02/10/2019: incontro con Pejo Funivie, Scuola Sci Val di Pejo e i rifugi della Skiarea Pejo3000;
- 22/10/2019: incontro con il Parco Nazionale dello Stelvio - Trentino;
- 06/11/2019: formazione agli operatori della Skiarea Pejo3000 e presentazione della lettera d'intenti;
- 10/12/2019: formazione agli operatori della Skiarea Pejo3000;
- 05/02/2020: incontro con l'Agenzia Provinciale per la Protezione dell'Ambiente della PAT;
- 13/02/2020: formazione agli operatori della Skiarea Pejo3000.

- **questionario turisti:** è stato elaborato un questionario (vedere a pagina 73) somministrato ai visitatori della Skiarea, da due collaboratori dell'ApT, nel mese di febbraio 2020.

La sensibilizzazione dei soggetti presenti sul territorio (residenti e turisti) si configura quale elemento necessario e indispensabile per garantire l'efficacia del progetto, ma anche come indicatore di auto-valutazione, così come indicato nelle normative di riferimento (Direttiva 2019/94, UNWTO, GSTC). Qui si inserisce la necessità di comprendere l'efficacia dell'azione di comunicazione e promozione, la percezione dei soggetti verso la campagna introdotta nel complesso, e la propensione verso la sostenibilità.





La somministrazione è stata interrotta ai primi di marzo a causa delle disposizioni governative che hanno di fatto chiuso il 10 marzo le attività turistiche in tutto il Trentino.

- **raccolta dati:** al fine di poter valutare azioni effettive da mettere in atto sul territorio, sono stati predisposti dei moduli per la raccolta dati (vedere allegato) relativi alla sostenibilità ambientale dagli operatori coinvolti. Due collaboratori dell'ApT sono stati istruiti per procedere alla raccolta dati, che è stata effettuata attraverso interviste dirette ai singoli stakeholder, i quali hanno rilasciato dati specifici relativi a:
  - consumo di acqua;
  - consumo energetico;
  - produzioni di rifiuti;
  - utilizzo di prodotti agroalimentari;
  - utilizzo (e risparmio) di plastica.

Purtroppo, questa fase del lavoro è stata interrotta dalla situazione emergenziale e si è reso necessario un ripensamento del senso e del valore del progetto nel suo complesso e non solo quindi delle singole azioni puntuali, che vengono dunque a seguire illustrate.

Le attività ipotizzate per il futuro sono presentate in termini di proposte di azioni ragionate e condivise in forma progettuale con gli stakeholder di progetto nel prosieguo del documento.

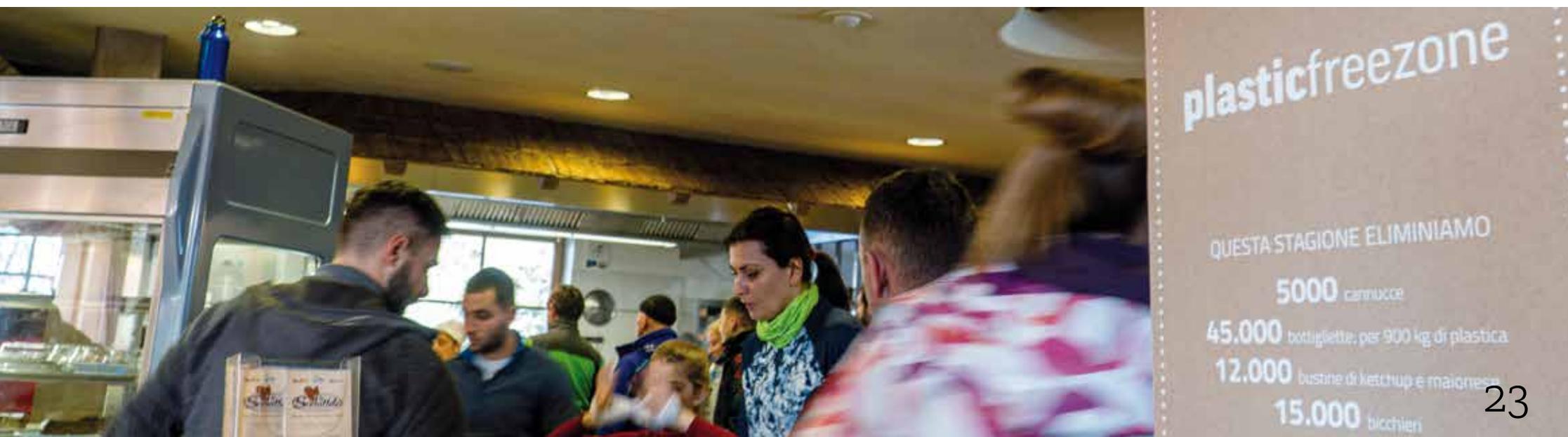
## 4. PRIMA VALUTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

### La Skiarea Pejo3000

Il comprensorio sciistico, oggetto del progetto di sostenibilità, è definito, da un lato, come l'insieme di tre soggetti:

1. gli impianti a fune della Val di Pejo gestiti dalla Pejo Funivie Spa;
2. la Scuola Italiana Sci e Snowboard Val di Pejo;
3. i rifugi operanti all'interno della Skiarea (Rifugio Lo Scoiattolo, Baita Tre larici e Rifugio Doss dei Cembri).

Dall'altro lato, come l'insieme delle piste da sci che dalla funivia a monte dell'impianto Pejo3000 arrivano alla stazione a valle dell'impianto Tarlenta. L'area rappresenta uno dei tre comprensori sciistici della Val di Sole, con quelli di Folgaria Marilleva nella Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta e della Skiarea Ponte di Legno-Tonale. Da un punto di vista delle dimensioni, gli impianti della Val di Pejo consentono il passaggio di circa 1.500.000 di turisti ed escursionisti all'anno grazie ai 7 impianti presenti. La Skiarea si inserisce nel Parco Nazionale dello Stelvio che recentemente ha conseguito la Carta Europea del Turismo Sostenibile. All'arrivo della stazione a monte della funivia Pejo3000 è in progetto la costruzione di un rifugio sui ruderi del Rifugio Mantova. Il rifugio, con le sue caratteristiche di costruzione e gestione sarà un tassello significativo del progetto di sostenibilità della Skiarea Pejo3000.



plasticfreezone

QUESTA STAGIONE ELIMINIAMO

5000 caramucce

45.000 bottigliette; per 900 kg di plastica

12.000 bustine di ketchup e maionese

15.000 bicchieri



## Gli attori della Skiarea: gli stakeholder e le loro aspettative

### Chi sono gli stakeholder

Sono individui o gruppi di individui che hanno un certo interesse relativamente una attività o una organizzazione, perché con queste si interfacciano e interagiscono.

### Perché conoscere le loro aspettative

Conoscere le loro aspettative significa capire cosa si aspettano, quindi capire cosa vogliono e cosa crea valore per loro, questo permette di studiare e implementare progetti e piani di sviluppo coerenti con queste aspettative e quindi creare un rapporto di lungo periodo con tutti coloro che al progetto partecipano anche indirettamente.

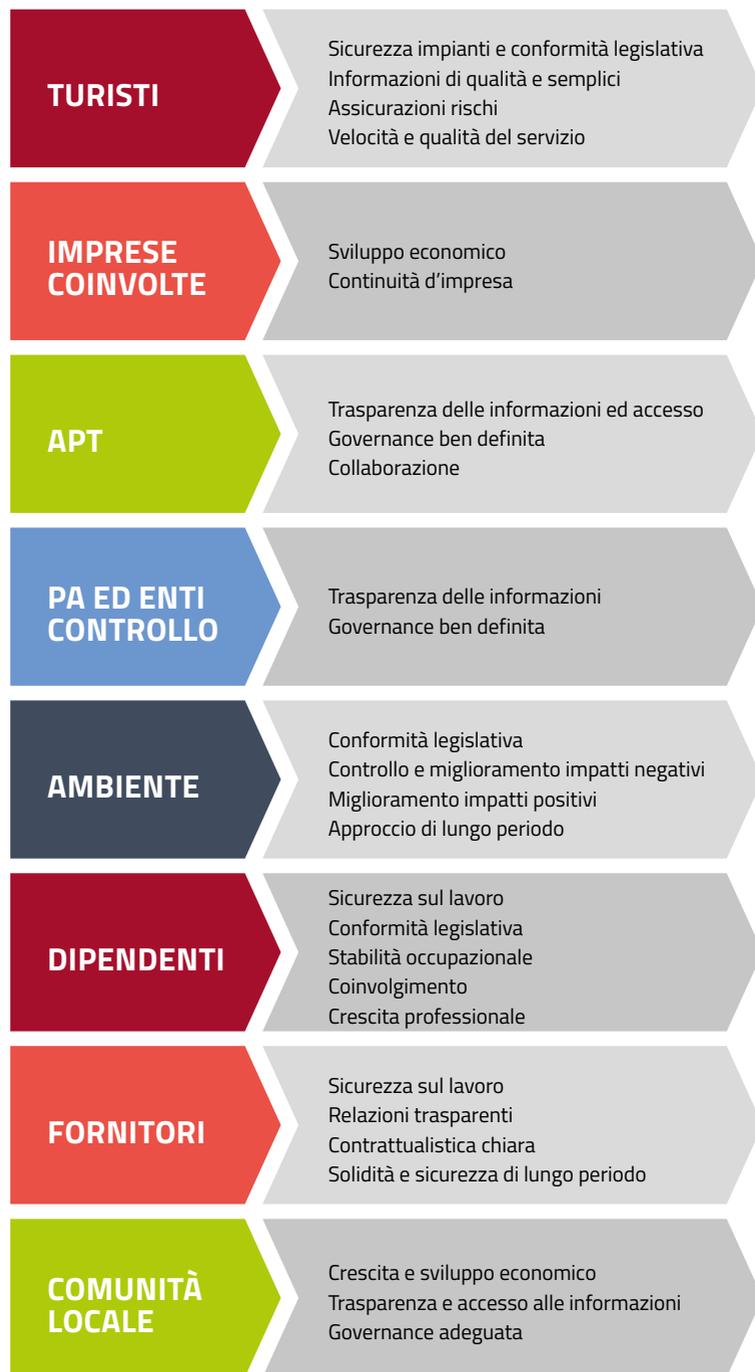
### Cosa fare a seguito dell'analisi: definire progetti e coinvolgerli

Il lavoro è stato svolto da un gruppo di esperti multidisciplinare, attraverso l'analisi della normativa tecnica in materia (in particolare sulla normativa ISO, per esempio, lo standard internazionale ISO 26000 e ISO 37120) e della parte bibliografica, e ovviamente delle interviste alle persone coinvolte. L'analisi delle aspettative è stata utilizzata per realizzare progetti di miglioramento.

L'analisi ha permesso di individuare i soggetti rappresentativi degli stakeholder (per esempio, associazioni territoriali degli albergatori, i turisti presenti nel territorio,...) in modo da essere coinvolti a diverso livello nel prosieguo del lavoro (vedere pagina 44).

Di seguito, i risultati per tipologia di stakeholder, secondo la logica dei soggetti di riferimento e le esigenze espresse dagli stessi in materia di sostenibilità.

Aspettative degli stakeholder: le FUNIVIE



Aspettative degli stakeholder: I RIFUGI E LA SCUOLA DI SCI



## Verso la sostenibilità della Skiarea

A seguito dell'analisi degli stakeholder e delle loro aspettative, anche attraverso diversi incontri svolti con i partner del progetto e i soggetti rappresentativi delle diverse categorie, sono state individuate per il 2020 le azioni che si presentano di seguito. Le azioni sono state personalizzate in funzione dei vari soggetti coinvolti; per ogni azione è stato definito un programma di lavoro operativo.

L'obiettivo generale dei gruppi di lavoro è stato quello di fare in modo che, nell'ambito di questo processo di progettazione ed esecuzione, il concetto di sostenibilità potesse essere applicato ad ampio spettro, e quindi in modo rispettoso, equo e personalizzato in relazione alle esigenze degli stakeholder stessi.

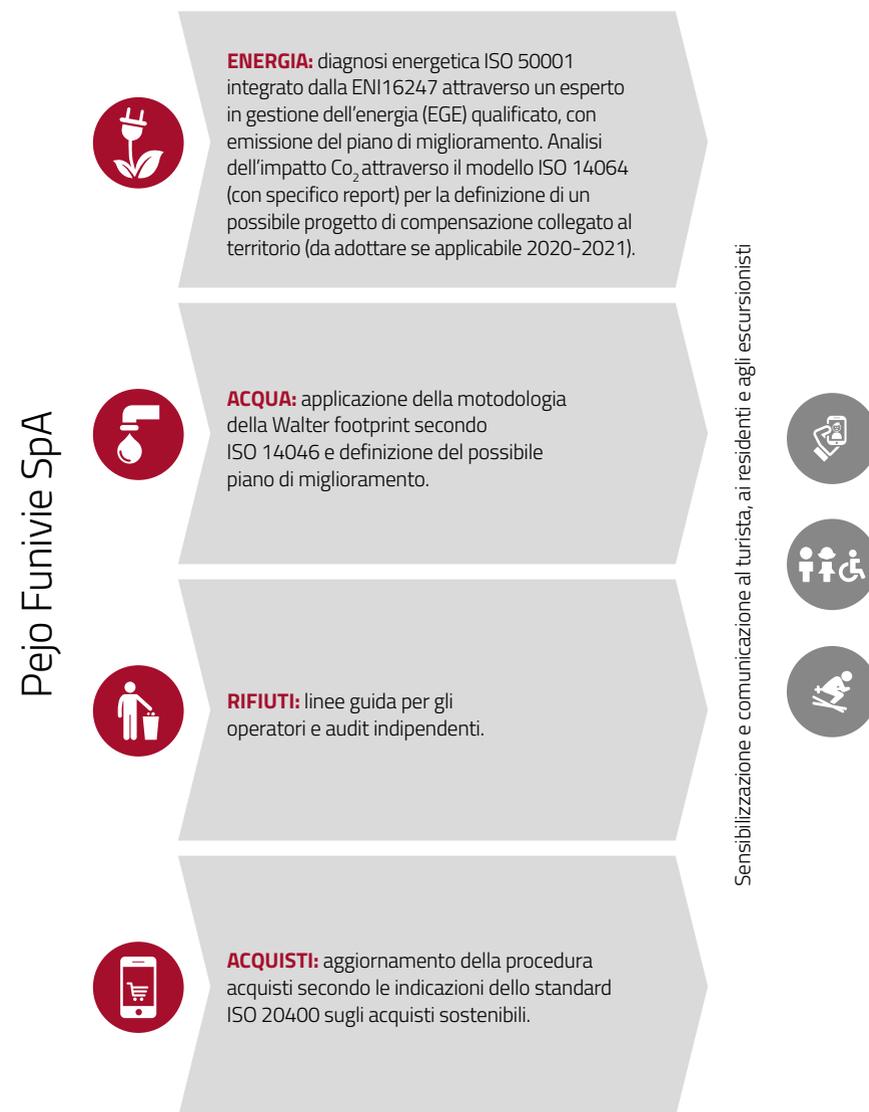


Tra le azioni concordate, per tutto il personale coinvolto, è stato previsto uno specifico percorso formativo, al fine di raggiungere gli obiettivi secondo un metodo coerente e replicabile. Va considerato che, di pari passo alle proposte di lavoro concordate, si è ritenuto importante pensare a turisti, escursionisti e residenti come beneficiari collaterali di queste proposte e, di conseguenza, un'attività di sensibilizzazione e comunicazione è stata inserita quale azione comune di tutto il gruppo di lavoro.

## Mappa delle azioni

### 1 Pejo Funivie Spa

Per il soggetto gestore degli impianti di risalita della Val di Pejo, sono stati definiti quattro ambiti di azione ed una attività di comunicazione comune ai tre operatori.





### Commento sulle azioni svolte (stato dell'arte)

- Sono stati raccolti tutti i dati in materia di utilizzo energetico, definiti modelli per la standardizzazione dei dati e creati "form" per la raccolta continua e per un reporting sintetico agli organi interni, al fine di definire possibili azioni puntuali di intervento di efficientamento energetico e definire indicatori di monitoraggio e controllo.
- Sono stati raccolti i dati sull'utilizzo delle risorse idriche e definito un modello di analisi e formazione a tutti i soggetti coinvolti che devono comunicare con gli stakeholder, in particolare i turisti, sulla attività di innevamento programmato. L'attività di informazione sull'argomento proseguirà quindi operativamente nel 2021.
- Analizzato il processo di acquisto e definito il modello di gestione per l'implementazione di una nuova procedura per la definizione di un modello che includa la sostenibilità all'interno di tale funzione. Il protocollo acquisti sostenibili sarà predisposto nel 2021 coinvolgendo i fornitori già qualificati.

## 2 Rifugi

Sono tre i rifugi del territorio coinvolto: Lo Scoiattolo, Doss de Cembri e Baita Tre Larici. Per i rifugi sono stati definiti tre ambiti operativi ed una comune azione di sensibilizzazione verso i turisti e la comunità.

### Commento sulle azioni svolte (stato dell'arte)

- Sono stati raccolti ed analizzati tutti i prodotti locali e standardizzato il modello di raccolta ed aggiornamento dei dati ed è stata definita e svolta specifica formazione sull'argomento ed il primo materiale per la sensibilizzazione. Il progetto prosegue nel 2021 con la predisposizione di specifiche guide per gli argomenti di maggiore interesse dei gestori.
- Sono stati raccolti i dati sulle condizioni di lavoro (dimensione sociale della sostenibilità) e definito il modello generale di aggiornamento dei dati. Il progetto proseguirà nel 2021 con un breve vademecum da fornire ai lavoratori.
- Sono stati raccolti i dati e le prassi di gestione dei rifiuti, in particolare tipologie e quantità, e definite le regole di rendicontazione. Il progetto proseguirà nel 2021 con un'analisi puntuale di ottimizzazione di alcuni rifiuti.



Rifugi



#### RELAZIONI CON IL TERRITORIO:

definizione di uno specifico e formale Protocollo Prodotti Locali 2020



**COLLABORATORI:** inserimento di specifiche clausole nei protocolli collaborativi in particolare per gli aspetti di sicurezza e welfare dei lavoratori



#### USO RISORSE E RIFIUTI:

formalizzare una procedura per il monitoraggio e il controllo

Sensibilizzazione e comunicazione al turista, ai residenti e agli escursionisti





### 3 Scuola di sci

Anche per il soggetto che si occupa dei corsi di avviamento allo sci sono stati definiti tre ambiti di azione e l'attività di sensibilizzazione.

#### Commento sulle azioni svolte (stato dell'arte)

- Predisposto ed erogato corso formativo e realizzato materiale informativo.
- Sono stati raccolti i dati sulle condizioni di lavoro (dimensione sociale della sostenibilità) e definito un modello generale di aggiornamento dei dati. Il progetto proseguirà nel 2021 con un breve vademecum da fornire ai lavoratori.
- Sono stati raccolti i dati e le prassi di gestione dei rifiuti, in particolare tipologie e quantità, e definite le regole di rendicontazione. Il progetto proseguirà nel 2021 con un'analisi puntuale di ottimizzazione di alcuni rifiuti.

Scuola di sci



**RELAZIONI CON GLI ALLIEVI:**  
programma di coinvolgimento e partecipazione allievi e famiglie



**COLLABORATORI:** inserimento di specifiche clausole nei protocolli collaborativi in particolare per gli aspetti di sicurezza e welfare dei lavoratori



**USO RISORSE E RIFIUTI:**  
formalizzare una procedura per il monitoraggio e il controllo

Sensibilizzazione e comunicazione al turista, ai residenti e agli escursionisti



# I HAVE A GREEN DREAM

- inspired by **Martin Luther King** -



SEZIONE II

## I DATI RACCOLTI



I dati sono stati raccolti sulla base di un modello progettato dal team di lavoro che potesse fornire informazioni sugli impatti ambientali e sociali potenzialmente significativi della Skiarea e quindi indirizzare le azioni future per il miglioramento. Gli impatti economici sono dunque stati marginalmente considerati in questa fase preliminare, non perché ritenuti meno importanti, bensì perché è stato deciso di inserirli una volta uniformati i dati tecnici.

L'approccio seguito nel progetto ha visto "protagoniste" alcune norme fra le più conosciute a livello internazionale sulla sostenibilità che sono state utilizzate per definire azioni concrete sui vari soggetti.

**In particolare:**

- ISO 26000 Responsabilità sociale di impresa
- ISO 17033 Comunicazione etica e sostenibile
- ISO 37101 Località sostenibili
- ISO 20400 Sostenibilità degli acquisti
- ISO 14000 (famiglia): Impronta ecologica, GHG, economia circolare
- ISO 21401 Sostenibilità per le strutture ricettive
- ISO 20121 Gestione di eventi sostenibili

Le suddette norme sono facilmente collegabili agli SDG, come riportato nella tabella che segue.

**L'applicazione delle ISO ai diversi ambiti operativi e in relazione agli SDGs**

AMBITI DI MONITORAGGIO	energia e acqua	rifiuti e ciclo d'uso	consumi di plastiche
ISO	ISO 14000 ISO 26000	ISO 14000 ISO 26000	ISO 14000 ISO 20400
SDGs			

**Chi è ISO?**

ISO è l'Organizzazione internazionale per la normazione, è la più importante organizzazione a livello mondiale per la definizione di norme tecniche. Costituita nel 1947 è oggi composta da oltre 160 nazioni ed ha sede a Ginevra (per l'Italia il referente è UNI Ente Italiano di Normazione).

ISO è riferimento per la normazione per l'ONU e per tutte le organizzazioni internazionali, in particolare per il WTO e la tutela dei consumatori.

**Cosa sono gli SDG?**

Gli SDG sono gli obiettivi di sviluppo sostenibile, o Agenda 2030, definiti in modo concordato dall'ONU, al fine di individuare un legame reale tra il benessere umano e la salute dei sistemi naturali e la presenza di sfide comuni per tutti i Paesi.

Sono parte integrante della programmazione economica italiana e del sistema di rendicontazione statistica ISTAT (BES Benessere Equo e sostenibile).

	Condizioni di lavoro	Formazione stakeholder	Coinvolgimento turisti	Mobilità
	ISO 26000 ISO 17033	ISO 26000 ISO 17033	ISO 17033 ISO 37101 ISO 21401	ISO 39001 ISO 37101 ISO 26000

## 5. IMPATTI AMBIENTALI DELLA SKIAREA: I DATI RACCOLTI

### Aspetti generali

- **Energia:** si nota un utilizzo principalmente di energia da fonti fossili, ad esempio, si usa principalmente questo tipo vettore nella scuola o nei rifugi. I sistemi di contabilizzazione sono presenti e la formazione per la registrazione risulta ora adeguata.
- **Rifiuti:** l'aspetto ambientale significativo e da considerare è sicuramente quello dei rifiuti "urbani", con qualche eccezione possibile come quella legata agli olii usati, per entrambi non sono presenti specifiche criticità, per cui l'unica attività che può essere considerata nel programma di miglioramento è il continuo monitoraggio di tale aspetto, che dalle analisi risulta sempre rilevante per i cittadini e gli ospiti.
- **Acqua:** rilevata solo per le funivie, viene usata per l'innevamento programmato. Sono presenti modelli di raccolta dati completi e legati ai progetti dell'impianto, evidenti i miglioramenti con l'applicazione di nuove tecnologie in ottica di risparmi energetico.
- **Prodotti locali:** i rifugi usano principalmente prodotti locali, che vengono da fornitori del territorio, in senso stretto, o regionale ad esempio per vini; è importante l'attività svolta di analisi e raccolta standardizzata dei dati.

**Commento:** i dati risultano coerenti ed in linea con i progetti intrapresi, sono possibili le azioni di miglioramento previste per i progetti 2021.

### La plastica risparmiata

La stagione invernale 2019-2020 ha visto gli operatori attivarsi, a seguito delle indicazioni operative condivise con il gruppo di lavoro, per l'eliminazione della plastica dalle proprie strutture. Le azioni nello specifico che sono state messe in atto sono le seguenti:

- a. **Bottigliette di plastica:** rappresentano la principale fonte di produzione di plastica per le strutture considerate. Gli operatori hanno effettuato sforzi ingenti per evitare la vendita di questo prodotto e ciò ha prodotto un notevole risparmio nella plastica non acquistata dall'operatore e quindi non venduta.

- b. **Cannucce di plastica:** le cannucce si collocano subito dopo le bottigliette in termini di consumo di questo materiale e di conseguenza i kg risparmiati e non venduti sono notevoli, considerando l'arco temporale e gli operatori coinvolti. In questo caso, non sono state previste sostituzioni di materiali, bensì semplicemente non venivano vendute e quindi l'operato dei singoli addetti era davvero rilevante in termini di spiegazione al cliente dell'operazione.
- c. **Piatti e posate di plastica:** gli operatori coinvolti hanno totalmente eliminato in tutte le strutture i piatti e le posate in plastica, ciò significa che non hanno più acquistato questa tipologia di materiale. In caso di necessità, come, ad esempio, in occasione di eventi particolari, si è propeso per l'acquisto di stoviglie in materiale biodegradabile o compostabile. Piattini e posate in plastica sono spesso state sostituite da stoviglie in ceramica o materiali riutilizzabili.
- d. **Bicchieri in plastica:** importante anche il valore relativo a bicchieri in plastica non più forniti all'ospite, che invece sono stati sostituiti da bicchieri di carta o ancor meglio in vetro.





In soli 4 mesi di progetto  
**1 tonnellata**  
di plastica  
è stata risparmiata

**6.000 kg di Co<sub>2</sub>**

**Per assorbirla  
servono 400 alberi  
per un anno intero**

**Commento:** i dati risultano significativi, il modello adottato per l'eliminazione delle plastiche monouso è risultato molto efficace (l'impatto che gestisce è sicuramente da considerare rilevante), ora può essere esteso come metodologia e approccio ad altri soggetti dell'area (in particolare le strutture ricettive) ai fine di produrre una riduzione ulteriormente significativa nell'impatto delle plastiche monouso sul territorio.





## 6. IMPATTI SOCIALI

Uno dei principali impatti socioculturali ascrivibili a questo progetto è probabilmente l'aver reso effettivo ed operativo un dibattito che spesso resta teorico rispetto alla sostenibilità. Il progetto ha infatti permesso, in termini generali di aprire la discussione sul territorio insieme ai principali stakeholder sul tema Plastic Free, ma anche entrare nel merito del dibattito sulla sostenibilità più in generale. I diversi incontri organizzati con gli stakeholder hanno permesso di ragionare non solo di tematiche ambientali, ma anche più propriamente sociali, che certamente impattano a livello territoriale. Tra questi, si è deciso di poter approfondire la tematica dei lavoratori coinvolti a vario titolo nel progetto, in quanto i principali soggetti attuatori, da un lato, e dall'alto, quali ambasciatori e comunicatori ai visitatori presenti in zona. A tal fine, **è stato somministrato un questionario agli operatori**, che aveva l'obiettivo di comprendere alcuni aspetti specifici, rispetto alle collaborazioni professionali. Partendo dal questionario e da alcuni incontri progettuali, si è dunque ritenuto opportuno avviare un'opera più approfondita di sensibilizzazione dell'operatore, che potesse facilitare il suo ruolo di tramite con il visitatore e sono state condivise delle linee guida per rispondere alle domande più comuni che avrebbero potuto porgli.

### I lavoratori dell'area: lo stato dell'arte

Date le caratteristiche del progetto, una componente centrale per la buona riuscita delle azioni previste risiedeva negli interventi puntuali degli operatori e dei loro collaboratori. Questa considerazione ha suggerito di approfondire alcuni aspetti oggettivi e soggettivi dei rapporti di collaborazione alla luce dell'emergenza Covid-19 (già a marzo 2020). In generale, possiamo dire che la natura di microimprese, ad esclusione delle funivie, determina rapporti fiduciari con i collaboratori che sono quasi tutti a contatto con il cliente finale. Tale legame, solo in parte reso critico dalla presenza di contratti stagionali e da rotazione nelle assunzioni nelle diverse stagioni, consente l'erogazione di un buon livello di servizio grazie anche ad una sostanziale permanenza dei collaboratori nelle diverse stagioni, ma soprattutto nel tempo. Tale considerazione è confermata anche dalla presenza di personale migrante, regolarmente assunto con contratti a tempo indeterminato. Al personale vengono garantite anche le sicurezze previste dalle vigenti norme in tema di sicurezza nei luoghi di lavoro.

Relativamente agli effetti sul personale causati dalla pandemia da Covid-19 va premesso che, oltre alle misure nazionali di protezione dei lavoratori (cassa integrazione, blocco dei licenziamenti e proroga dei versamenti), la provincia di Trento ha garantito alle imprese del territorio la disponibilità del Fondo di Solidarietà Trentino. Nello specifico dell'emergenza sanitaria legata alla diffusione del Covid-19, l'attivazione del Fondo è avvenuta per due differenti fattispecie: la sospensione o la riduzione di attività in forza di un'ordinanza della Pubblica Autorità e in seconda battuta il calo di lavoro o di commesse e la crisi di mercato. Su queste dimensioni, e più in generale sulle modalità di gestione della crisi, tutti gli operatori sono stati intervistati e di seguito si trova una sintesi delle risposte.

Premesso che nessuna struttura ha dovuto fronteggiare casi di positività tra il proprio personale e che il problema dei rientri ai paesi d'origine di collaboratori stranieri non ha avuto effetti significativi tra le imprese della Skiarea, i dipendenti sono stati messi in cassa integrazione fino alla fine dei contratti previsti per il 15 aprile 2020. È importante precisare che la CIG è stata tutta anticipata dalle aziende. Situazione pressoché analoga per le funivie che ha in carico dipendenti a tempo pieno. La scuola di sci essendo composta in prevalenza da soci lavoratori ha sostanzialmente dovuto interrompere le collaborazioni con i professionisti dotati di partita iva. Dal punto di vista dei contributi solo due operatori hanno chiesto la proroga. Il fondo di solidarietà Trentino è stato utilizzato o verrà utilizzato da tutti gli operatori. Altro aspetto importante delle modalità di gestione delle relazioni con i collaboratori è ravvisabile da quanto accaduto alla riapertura degli esercizi per la stagione estiva. Infatti, fatto salvo per la Scuola di Sci che non svolge attività durante il periodo estivo e le funivie che aprono solo 3 impianti su 7, gli operatori, pur all'interno di aperture ritardate per i noti problemi, hanno fondamentalmente richiamato al lavoro tutti i collaboratori presenti nella stagione invernale e previsti per quella estiva che, per le sue caratteristiche, richiede un minor impegno di servizio ai tavoli.

In sostanza si può affermare che, sebbene le dimensioni e di conseguenze le criticità siano "micro", la risultanza delle verifiche **dimostra l'attenzione verso la forza lavoro e la volontà di aprire rapporti contrattuali di lungo periodo**. Il cambio radicale a cui è stato sottoposto il turismo, e nella fattispecie il passaggio da dipendenti nazionali a dipendenti stranieri, pone delle criticità in senso di formazione e qualità, sebbene nella Skiarea ci sia comunque una preponderanza di manodopera locale.



## Le attività di formazione per gli operatori

Complementare all'azione descritta poco sopra, si è deciso di elaborare delle linee guida con target gli operatori coinvolti. Sono state costruite sottoforma di **FAQ- frequently asked questions**, al fine di renderle uno strumento pratico e simulare situazioni possibili in cui gli stessi avrebbero potuto trovarsi. L'obiettivo era non solo rendere tutti maggiormente consapevoli del progetto di per sé, ma del ruolo che proprio gli operatori rivestono nel contatto con i turisti.

Il documento (vedere allegato) si presenta, dunque, come una serie di domande a cui si risponde attraverso indici di misurazione concreti, al fine anche di individuare un **canale immediato e comprensibile** per coloro i quali non fossero avvezzi a questi temi.

Si ritiene che la sensibilizzazione sia una azione fondamentale in un progetto come questo, che questa debba indirizzarsi a tutti i soggetti presenti sul territorio, attraverso forme e modalità differenti e, se possibile, attraverso canali nuovi e attrattivi. In un possibile sviluppo futuro, tale azione potrà e dovrà essere maggiormente incisiva per rendere consapevoli tutti dei propri ruoli.

## La sensibilizzazione dei visitatori: la campagna di comunicazione

Liberi dalla plastica, in prima linea per difendere il pianeta. Questo, in sintesi, il concetto illustrato dalla campagna realizzata dall'**ApT Val di Sole** in collaborazione con l'agenzia **Nitida Immagine** condotta per la prima Skiarea "Plastic Free" al mondo.

Per raggiungere tale scopo la campagna ha unito **diversi percorsi, emozionali e informativi**: presentando le realtà pubbliche e private protagoniste dell'iniziativa, elencando i numeri di una operazione senza precedenti, illustrando il tutto attraverso un progetto grafico nuovo e accattivante, unendo la semplicità dei segni a una forte valenza simbolica e parafrasando celebri frasi di grandi della storia.

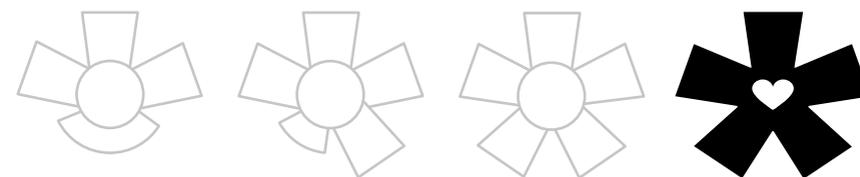


Così, per evidenziare la necessità di eliminare la plastica, il logo sintetizzato ha preso la forma di un **asterisco**, nato dalla **sagoma di un bicchiere di plastica schiacciato** sul fondo; all'interno di esso un piccolo cuore sottolinea l'amore che la Skiarea Pejo3000 nutre per il proprio territorio. Un asterisco che è diventato un piccolo segno capace, tuttavia, di racchiudere le istanze di un mondo, rinviando a un qualcosa di importante, che ci aiuta a comprendere meglio i reali bisogni del pianeta. Un segno che, infine, all'interno di sé ha accolto il cuore di una persona, di un progetto, di un'ambizione, nel nostro caso l'amore per una terra e per il suo futuro.

Senza fermarsi all'apparenza, ma **cercando la verità** dietro di essa.

Proprio come l'asterisco è usato nella scrittura per richiamare l'attenzione di chi legge su una nota, il simbolo grafico ideato diventa infatti un mezzo efficace per "avvertire" che si sta entrando in una zona ormai liberata dalla plastica. **Un marchio originato da un oggetto di uso comune, tra i più diffusi e i più inquinanti**, il bicchiere di plastica, che si trasforma e diventa ora anche **un materiale, non più da gettare, ma da riutilizzare**. Ecco, quindi, il logo prendere il profilo di un bicchiere schiacciato sul fondo, tagliato lungo la sua altezza in cinque striscioline, che man mano vanno a comporre anche uno di quei **fiore stilizzati** che i numerosi video tutorial su YouTube insegnano a realizzare per riciclare tali contenitori usa e getta.

È questo un ulteriore **messaggio di sostenibilità** che si affianca a quello principale. Il contrassegno si ispira inoltre al "Trefoil", il simbolo internazionale che identifica il "pericolo di radiazioni" a forma di trifoglio, con le tre lame d'elica che si irradiano dal centro. Tale simbolo descrive la radiazione che si estende partendo da un atomo. La stessa propagazione che dalla Val di Peio si potrà diffondere ad altre zone della Val di Sole e del Trentino, che sull'esempio della Skiarea potranno scegliere di liberarsi dalla plastica. Non un simbolo di pericolo, quindi, come nel caso del "Trefoil", ma **un simbolo di speranza** in un mondo finalmente depurato da materiali e oggetti inquinanti.



Accanto all'ideazione di un **logo distintivo** - un marchio capace di connotare in modo immediato la località come "**Plastic Free Zone**" e che potrà essere utilizzato anche nell'ambito di nuove iniziative simili che potranno nascere in valle -, si è sviluppata una **campagna di comunicazione innovativa e di grande effetto**, mirata a sensibilizzare gli sciatori della Skiarea a ridurre la propria impronta ecologica rinunciando alla plastica. Sugli impianti e sulle piste sono stati collocati, quindi, dei maxi-pannelli informativi sui quali campeggiano le frasi più celebri pronunciate dai alcuni tra i più importanti personaggi della storia nazionale e internazionale che invitano così i passanti ad adottare comportamenti virtuosi e sostenibili.

Parole, citazioni e aforismi - leggermente modificati per rafforzare il messaggio - pronunciati da uomini e donne, che, con determinazione e grazie alla forza dei loro sogni hanno cambiato la storia dell'umanità, rendendola migliore. Persone visionarie e coraggiose, capaci di sovvertire il corso della storia battendo strade alternative, che hanno saputo trasformare, spesso contro ogni pronostico, una piccola idea in un grande cambiamento. **Quel cambiamento del quale anche la località sciistica di Pejo intende essere attiva protagonista.**

Ed ecco che, ad esempio, vediamo Dante ammonire a "Lasciare ogni plastica voi che entrate?" proprio all'ingresso della "Plastic Free Zone", Martin Luther King proporre il suo "I have a GREEN dream" e Walt Disney affermare "Se puoi sognarlo, puoi farlo. Basta plastica". Il tutto inserito in un progetto grafico ispirato al genio rivoluzionario di **Andy Warhol** e alla sua **Pop Art**.

Il progetto di comunicazione realizzato da Nitida Immagine ha incluso la realizzazione dei materiali, il montaggio in loco, **il coordinamento generale.**

Nell'ambito della campagna "Pejo Plastic Free", sono stati realizzati strumenti di comunicazione quali:

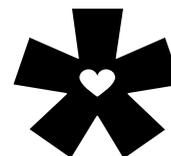
- opuscoli per l'illustrazione dell'iniziativa
- totem
- portatovaglioli
- pannelli da parete
- locandine
- cestini

Particolare attenzione è stata data anche alla stampa dei supporti informativi che sono stati realizzati con materiali ecologici e riciclabili. Per il lancio del progetto Pejo Plastic Free è stata inoltre avviata un'intensa campagna di infor-



mazione rivolta ai media italiani e stranieri, realizzata dalla stessa ApT in collaborazione con **Greenpress Environmedia di Martina Valentini**. I comunicati stampa di presentazione del progetto hanno raggiunto più di 3000 giornalisti, e la notizia è stata ripresa da centinaia di testate giornalistiche nazionali e mondiali. La notizia di "Pejo3000 prima Skiarea Plastic Free al mondo" è stata oggetto di lanci delle agenzie ANSA e REUTERS, di servizi televisivi andati in onda su TG1, STUDIO APERTO, TGCOM24, RAINNEWS e CNN e di articoli apparsi tra gli altri su REPUBBLICA, LA STAMPA, FORBES e THE GUARDIAN e decine di testate giornalistiche di rilevanza internazionale. Cosa ha reso possibile questo successo? Innanzitutto, c'è stato un processo partecipativo nell'ideazione del progetto. L'ufficio stampa ha preso parte alla concezione del progetto, suggerendo gli elementi e richiami che avrebbero senz'altro avuto un impatto mediatico maggiore. Poi, si è scelto di partire da una 'denuncia', da un 'allarme': poche settimane prima del lancio stampa una ricerca dell'università Statale di Milano e di Milano Bicocca, aveva scoperto che il ghiacciaio dei Forni contiene tra i 131 e i 162 milioni di particelle di componenti plastici, un tasso equiparabile a quello dei mari europei. Poliestere, poliammide, polietilene. Una conseguenza sconcertante della presenza umana che ovviamente incide sui gioielli naturali di cui dispone l'arco alpino. Presentare il progetto Pejo Plastic Free come 'risposta' concreta e tangibile ad una minaccia palpabile di inquinamento ambientale lo ha

reso più forte, attuale e credibile. Da qui anche la scelta di titolare il comunicato stampa: "Stop alle plastiche su montagne e ghiacciai. Pejo3000 sarà la prima Skiarea Plastic Free al mondo." Il messaggio è immediato, diretto e con un tono di denuncia. Tali elementi sono una forte garanzia di attenzione da parte del giornalista, e attraverso esso del lettore. Infine, prima di lanciare il progetto, si è accuratamente raggiunto un numero ristretto ma ragionato di giornalisti della stampa nazionale, ai quali si è, in via ufficiosa e sotto embargo, anticipata la notizia, permettendo loro di conoscerla e di rilevarne le potenzialità. Gli stessi sono stati i primi a pubblicare, innescando un processo di 'rincorsa' alla copertura della notizia, che non si doveva 'bucare'. La fortuna di questo processo virtuoso di comunicazione è stata resa possibile anche da due elementi fondamentali: la semplicità della notizia (Pejo3000 prima Skiarea Plastic Free al mondo) e la misurabilità della stessa (nel tempo sarà possibile capire quante emissioni saranno risparmiate).



La rassegna stampa dell'iniziativa è disponibile qui:  
<https://u.pcloud.link/publink/show?code=XZlPpWkZ4fNpWTHuqB0xvrc-qADpUr8QuDMmX>

Un abstract video della rassegna è disponibile a questo link:  
<https://www.facebook.com/1420632414854281/videos/2795592103864631>





## La percezione dei visitatori: il questionario

La sensibilizzazione dei soggetti presenti sul territorio (residenti e turisti) della Skiarea Pejo3000 si configura quale elemento necessario e indispensabile per garantire l'efficacia del progetto, ma anche come indicatore di auto-valutazione, così come indicato nelle normative di riferimento (Direttiva 2019/94, UNWTO, GSTC).

In questo contesto si inserisce la necessità di **comprendere l'efficacia dell'azione di comunicazione e promozione, la percezione dei soggetti verso la campagna messa in campo nel complesso, e la propensione verso la sostenibilità.**

A tal fine, è stata organizzata la somministrazione di questionari a residenti, turisti ed escursionisti<sup>1</sup> presenti sul territorio: la rilevazione non si intende come semplice fine, bensì diventa essa stessa parte della strategia volta a raggiungere gli obiettivi più ampi di progetto.

Le domande che hanno guidato l'indagine e a cui si intende rispondere sono state le seguenti:

- Quale è il valore del progetto Plastic Free e come viene percepito?
- Come si può incidere sui comportamenti dei visitatori verso un approccio sostenibile?
- Come può essere migliorato il progetto e quali azioni di comunicazione differenti possono essere sviluppate?
- Quale è il ruolo del visitatore verso uno sviluppo sostenibile del territorio?

Obiettivo della rilevazione era ottenere **conoscenze di base circa il recepimento del progetto e il favore all'iniziativa** da parte dei turisti, al fine, sia di poter comunicare i risultati raggiunti, sia come step fondamentale di processo nell'ottica di aggiustamento operativo.



<sup>1</sup> Si intende "turista chiunque viaggi in paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte ma non superiore ad un anno e il cui scopo abituale sia diverso dall'esercizio di ogni attività remunerata all'interno del paese del paese visitato" (UNWTO); in modo differente, gli "escursionisti" si allontanano dalla propria residenza per un lasso di tempo inferiore alle 24 ore.

Nello specifico:

- a. comprendere l'efficacia dell'azione di comunicazione e promozione e la percezione dei soggetti verso la campagna attuata;
- b. comprendere in modo specifico il comportamento del visitatore e la propensione alla sostenibilità;
- c. individuare nuove azioni che garantiscano il massimo livello di coinvolgimento possibile.
- d. individuare nuove soluzioni per promuovere il progetto.

Insieme al team di sviluppo e al personale dell'ApT, si è deciso di costruire un questionario strutturato (vedere allegato), che potesse essere somministrato su supporto digitale (tablet) per una compilazione in modo autonomo da parte del rispondente, anche se in presenza di collaboratori dell'ApT che chiedevano di poter compilare il form e mettevano a disposizione il tablet stesso.

A seguito di riunione operativa con il team ApT, si è ritenuto di procedere con un campionamento casuale, senza alcun tipo di controllo rispetto ai fattori, per cui non sono stati decisi a priori né i luoghi di rilevazione, né la composizione o la strutturazione del campione<sup>2</sup>. Il questionario è stato tradotto anche in inglese.

Gli intervistatori sono stati formati ed informati rispetto all'indagine, durante un incontro a distanza, e la consegna di un breve vademecum.

I compiti dell'intervistatore erano quelli di fornire indicazioni agli intervistati rispetto alle finalità dello studio; motivarlo ad accettare l'intervista e a dare informazioni veritiere; rassicurarlo sulla serietà di chi conduce la ricerca e sulle finalità dei dati che raccoglie; legittimare l'oggetto della ricerca; spiegare il funzionamento dell'intervista. L'intervistatore consegnava all'intervistato il tablet che in autonomia segnava le risposte, senza intervenire, suggerire risposte, o rispondere per l'intervistato.



<sup>2</sup> L'indagine non ha un campione rappresentativo né simbolico rispetto alla popolazione di riferimento.



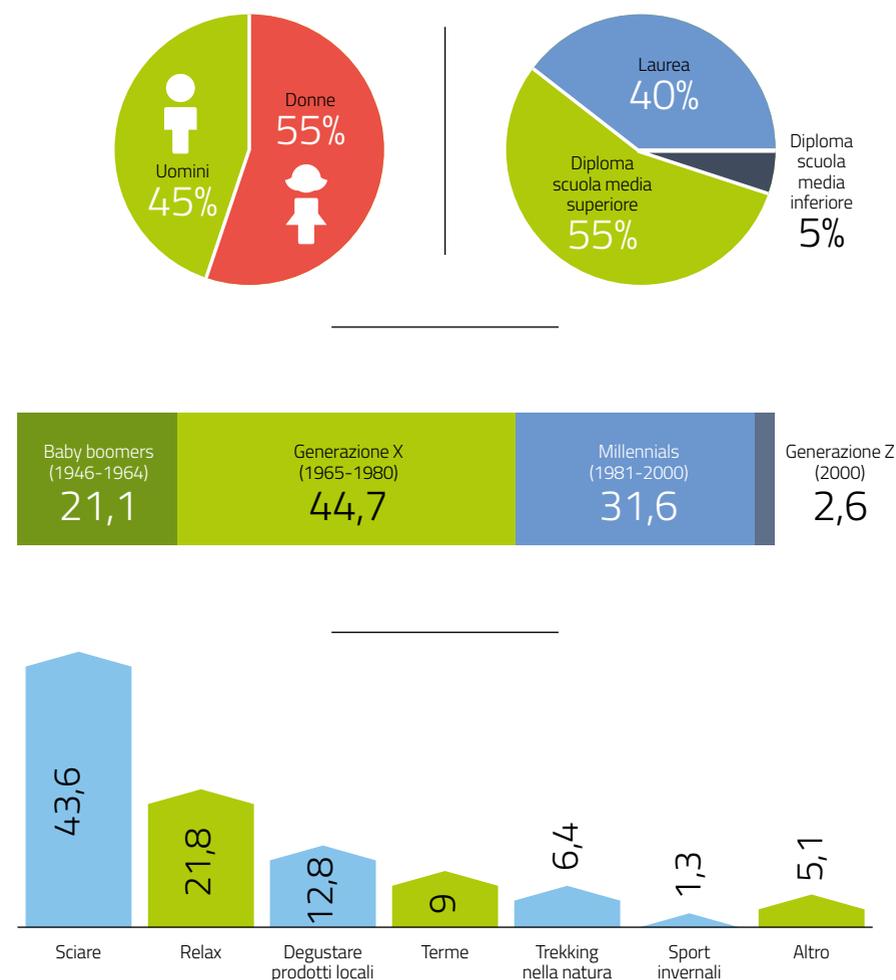
Queste le regole minime condivise con gli intervistatori qualificati:

1. Presentarsi e salutare gentilmente;
2. Illustrare in breve gli obiettivi dell'indagine, le finalità, chi è il referente;
3. Ricordare che il questionario è anonimo e nel rispetto della normativa sulla tutela della privacy;
4. Il questionario è rivolto a tutti i soggetti che si trovano nella Skiarea Pejo3000 (residenti, turisti, escursionisti)
5. Gli intervistati devono essere maggiorenni;
6. Chiedere di compilare il questionario in autonomia seguendo il link direttamente online;
7. Evitare di dare risposte/indicazioni/suggerimenti durante l'indagine, ma fare in modo che il rispondente faccia in autonomia;
8. Aiutare a comprendere le domande, se poco chiare.
9. Non restare per più di due ore nello stesso posto, ma cercare di spostarsi nei diversi luoghi di somministrazione;
10. Ringraziare sempre e ricordare che il contributo di tutti è importante per la buona riuscita del progetto.

In generale, all'intervistatore è richiesto di non perdere mai la calma, di mantenere un atteggiamento sereno e rilassato, mai valutativo; convincere i reticenti ad accettare l'intervista, motivare chi si stanca a non interrompere, sostenere la difficoltà di parlare di un tema complesso. La prima settimana di marzo 2020 (dall'1 al 7) è stato svolto un primo test che ha permesso di raccogliere 38 questionari. In questa fase, è purtroppo intervenuta l'emergenza Covid-19 che ha interrotto l'indagine senza poter riprogrammare una sua ripresa in tempi brevi. Nonostante i questionari raccolti siano davvero un numero ridotto, si è ritenuto di poter procedere con l'analisi dei dati, al fine di poterne trarre delle indicazioni di base che non vogliono essere rappresentative, ma che possono aiutare a comprendere il contesto e fornire delle considerazioni di base per uno sviluppo futuro del progetto.

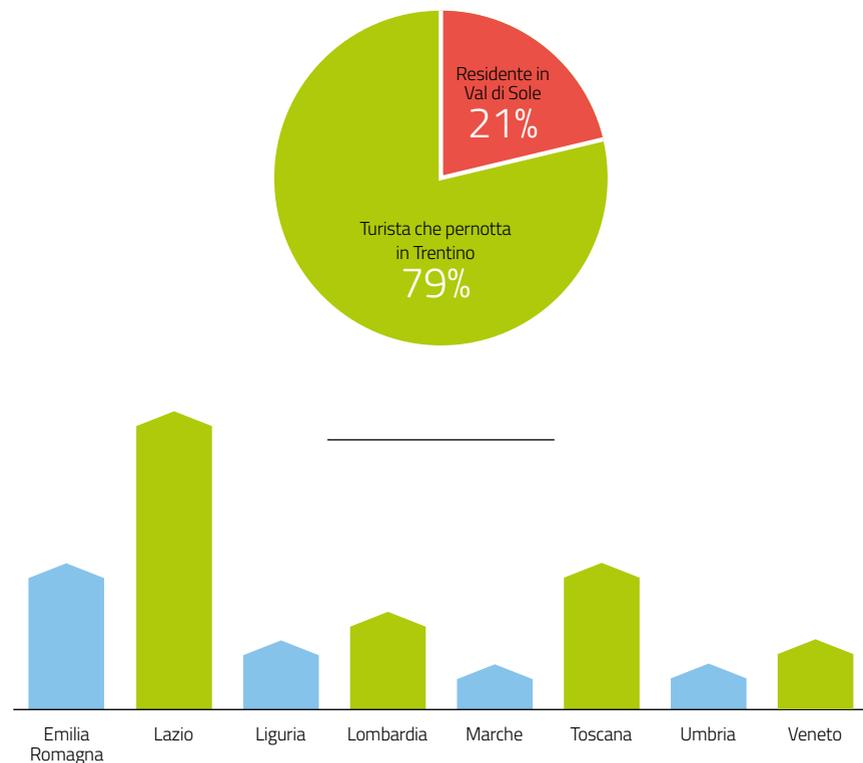
## I dati

Il campione d'indagine è composto nella maggior parte dei casi da turisti italiani (79% dei casi). Si tratta principalmente di donne (55%), sposate (68%), con un livello di istruzione medio alto (laureati o diploma di scuola media superiore), che lavorano (89%) e nella maggior parte dei casi come dipendenti, mentre 1 su 3 lavora in proprio. All'indagine ha risposto principalmente chi ha un'età compresa tra i 55 e i 40 anni. Il visitatore, in 7 casi su 10, si trova a Pejo principalmente per praticare sport invernali e, in prevalenza, ha preso parte ad attività come sciare o rilassarsi.



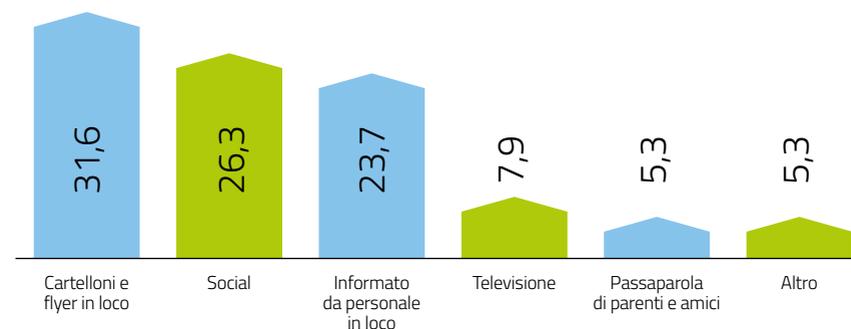
## I turisti

I turisti sono 8 su 10 e pernottano principalmente a Pejo (93% dei casi) e si fermano in media 3,3 notti. Si tratta di turisti di ritorno che nel 77% dei casi sono già venuti in Val di Sole e che vi sono tornati da 1 a 5 volte. I turisti provengono principalmente da regioni del Nord e Centro Italia.



## Il progetto Pejo Plastic Free

Il progetto Pejo Plastic Free ha ottenuto notevole apprezzamento con un punteggio medio pari a 8,9 punti (su una scala da 1 a 10). È ancora in fase di lancio e, infatti, sono poco più della metà i visitatori intervistati che lo conoscono (55%) e ne hanno sentito parlare per la prima volta solo al proprio arrivo a Pejo (53%). Il grafico seguente mostra come la cartellonistica, i social network ed il personale in loco sono i principali veicoli di trasmissione delle informazioni sul progetto e le azioni dunque svolte ad oggi dimostrano la propria efficacia.



Il personale dei rifugi e delle strutture ricettive ha svolto un ruolo non trascurabile nella comunicazione sul progetto, informando gli avventori, ed infatti sono questi i principali operatori che hanno informato gli intervistati.

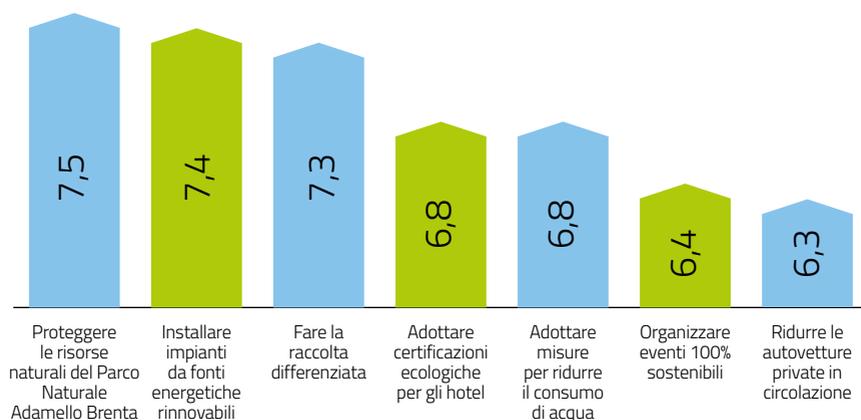
Per quanto riguarda le azioni di progetto, cioè l'eliminazione delle bottiglie plastica, delle stoviglie monouso, delle confezioni monodose e la disponibilità punti raccolta differenziata, sono valutate bene o molto bene, ma non raggiungono il massimo livello di valutazione (ottimo) per cui potrebbe essere opportuno valutare un intervento maggiormente strutturato. In ogni caso, quasi 4 intervistati su 10 non rilevano alcuna criticità e quelle rilevate riguardano in massima parte il fatto che in alcuni luoghi la plastica monouso è ancora proposta oppure che le alternative sono poco comode.

In conclusione, la metà dei turisti (53%) intenderebbe tornare a Pejo perché questa è l'unica skiarea in Europa Plastic Free e il 95% degli intervistati consiglierebbe Pejo come destinazione turistica Plastic Free.

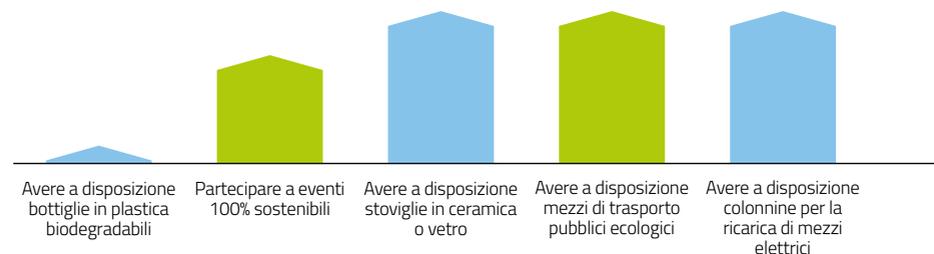


## Il comportamento e l'attitudine del visitatore

In generale, l'eliminazione della plastica monouso è un elemento percepito positivamente per il visitatore, considerato che quasi tutti i rispondenti hanno dichiarato essere molto (86,8%) o molto importante (13,2%) come azione da sviluppare. Si tratta di un visitatore che presta attenzione all'ambiente e al territorio e che sia a casa che in vacanza presta attenzione all'ambiente. A casa, spesso fa la raccolta differenziata o compra prodotti agroalimentari locali; durante la vacanza, ritiene che in Val di Sole potrebbero essere maggiormente protette le risorse naturali del Parco Nazionale dello Stelvio, aumentata l'installazione di impianti da fonti energetiche rinnovabili e la raccolta differenziata.



Un ultimo elemento che è stato misurato attraverso l'indagine è la propensione al cambiamento, chiedendo al visitatore se sarebbe stato disposto a pagare un prezzo superiore per i servizi di seguito elencati. Il grafico mostra una maggiore attenzione, e quindi disponibilità di spesa, rispetto al consumo di prodotti locali, biologici o di filiera equa.





Le osservazioni degli operatori sul progetto, espresse nelle premesse, unite alle conclusioni dei turisti evidenziano, da un lato, l'importanza di una comunicazione "allargata" che vede gli operatori stessi come strumento vivo di comunicazione, essendo in grado comunque di utilizzare strumenti di storytelling adeguati. Dall'altro, viene confermata la forza propulsiva di un progetto innovativo, non solo nel claim "Plastic Free" ma anche nel metodo partecipato e certificato dalle buone prassi e dagli standard ISO, che compensano più che proporzionalmente gli oneri economici.

## Considerazioni finali

L'indagine si è dimostrata essere strumento utile per fare emergere alcune riflessioni che possano dare un indirizzo di massima al progetto Pejo Plastic Free ed individuare linee di correzione dell'attuale strategia. Si sintetizzano di seguito delle considerazioni relative agli aspetti individuati come cruciali per ragionare in termini di prospettive future:

- a. Valore del progetto Pejo Plastic Free e percezione. Il progetto è apprezzato dal visitatore che si trova a Pejo, anche se azioni di comunicazione più incisive e chiare – anche al di fuori della Skiarea – possono essere previste per incidere sul livello di visibilità e poterne aumentare l'apprezzamento.
- b. Azioni di miglioramento del progetto e di comunicazione. La plastica - in generale - non può essere completamente eliminata dalla Skiarea e questo va spiegato in modo più intenso al visitatore, illustrando invece come invece la Direttiva UE sia effettivamente applicata dagli operatori, attraverso una strategia di comunicazione esplicita.
- c. Il comportamento dei visitatori verso un approccio sostenibile. La tutela e il rispetto per l'ambiente sono importanti per il visitatore – sia a casa che in vacanza – e questo mostra margine di operatività per differenziare in questa direzione la destinazione e le componenti dell'offerta.
- d. Il ruolo del visitatore verso uno sviluppo sostenibile del territorio. La propensione al cambiamento da parte del visitatore rappresenta uno strumento di mercato per lavorare sull'unicità della proposta turistica, valorizzando le produzioni locali ed i produttori e intessendo dunque relazioni anche tra settori e filiere differenti.



**RIDURRE  
LA PLASTICA:  
UN PICCOLO GESTO  
PER UN UOMO,  
UN GRANDE PASSO  
PER L'UMANITÀ**

- inspired by Apollo 11 -



SEZIONE III

**CONCLUSIONI** 



## 7. PROSPETTIVE DI SVILUPPO E CONSIDERAZIONI FINALI

Le riflessioni finali che chiudono questo Rapporto, relativo alla prima fase del progetto, non possono che essere fortemente influenzate dallo stato d'animo che si vive in questi tempi.

Il concept di progetto è stato ideato e progettato in una situazione economica stabile, di sufficiente ottimismo, in un settore e in un territorio che aveva dati economici e sociali confortanti. Le prime azioni previste, infatti, sono state portate a termine e in particolare: eliminazione delle plastiche monouso, mappatura dei consumi elettrici, prime verifiche sull'utilizzo dell'acqua per le attività turistiche, formazione agli operatori, comunicazione e sensibilizzazione. Come detto da più parti, inoltre, in conformità agli standard ISO: la scelta che rende il progetto unico e che garantisce la **qualità delle azioni e la trasparenza con le parti interessate**.

I risultati emersi, e presentati nel presente documento, permetteranno al progetto di **guardare al futuro e procedere**, nonostante la situazione emergenziale sia ancora in atto. Ad una estate che ha portato serenità e presenze nelle località turistiche e montane, è seguito un autunno difficile i cui esiti non sono ancora chiari. Nello scenario attuale il progetto di sostenibilità **avanzerà nel 2021 con azioni organizzative e gestionali**, anche al fine di rispettare i protocolli comportamentali preventivi in atto.

Limpido è il segnale che abbiamo raccolto dagli operatori in primis e dai turisti: i cambiamenti che si è iniziato ad abbracciare oggi sono urgenti e necessari per la sopravvivenza dell'intero sistema. **Uno stile di vita sostenibile è la parola d'ordine dei prossimi anni**. E la Skiarea Pejo3000 potrebbe divenire ambasciatrice delle eccellenze di questo territorio. Proprio in estate, la Val di Sole ha dimostrato la sua natura e la sua attenzione alle persone, invitando il personale medico che durante l'ultima primavera ha così duramente contribuito a gestire il problema sanitario.

I pensieri e le proposte degli operatori della Skiarea dimostrano, oltre all'impegno oggettivo per eliminare i consumi di plastica superflui, una grande attenzione e disponibilità ad andare avanti. Questa evoluzione progettuale si può sintetizzare in **due impegni**: da un lato, nel convincimento che sia necessario un coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder, dapprima per la Val di Pejo e, in un futuro, per tutta la Val di Sole; il secondo impegno è quello di dichiarare fin d'ora le azioni che potranno essere portate avanti nel 2021. Queste azioni affronteranno temi ambientali e sociali importanti e possono essere sintetizzate in:

- coinvolgimento del comparto ricettivo;
- coinvolgimento del comparto ristorativo;
- coinvolgimento della filiera agroalimentare locale;
- partnership con progetti europei di sostenibilità;
- incremento degli strumenti di dialogo con il turista;
- procedure per acquisti sostenibili per un reale coinvolgimento della catena di fornitura e del territorio;
- formalizzazione del ciclo dell'acqua, in particolare, per raccontare al meglio l'innevamento programmato;
- studio di azioni di efficientamento energetico;
- energia rinnovabile.

In sintesi, l'obiettivo è quello di proseguire le attività, coerentemente con un **approccio sostenibile al turismo e al territorio nel suo complesso, in linea con gli SDGs, in conformità agli standard ISO**, che non solo garantiscono la qualità e trasparenza, bensì permettono di rendere questo progetto unico, replicabile, e condiviso con gli stakeholder. Si proseguirà, dunque, a prestare attenzione e misurare il livello di soddisfazione, monitorando costantemente le esigenze della risorsa più importante: le persone e le famiglie che visitano il territorio. Il prossimo aggiornamento progettuale è previsto per la fine del 2021.



## 8. IL TEAM DI LAVORO

### ROBERT KROPFITSCH

Affianca aziende per il turismo, consorzi e strutture alberghiere nei loro processi di crescita manageriale. Con AD Solutions, società di ricerca e consulenza per il settore turistico, sviluppa modelli strategici di sviluppo per le DMO; porta a fattore comune le risorse territoriali per la costruzione del prodotto turistico. Con il supporto delle norme ISO, progetta modelli organizzativi e piani di sostenibilità.

### STEFANO BONETTO

Referente qualificato di Audit in Italy ([www.verifiche.info](http://www.verifiche.info)), Ethical and sustainability Auditor (ISO 20121, ISO 21401 e ISO 17033), esperto qualificato di normazione tecnica in materia di sostenibilità e qualità dei servizi ed in particolare per la parte di marchi collettivi, e attualmente è presidente della Commissione tecnica Servizi e presso UNI (Ente Italiano di Normazione). Esperto di compliance e ispettore per l'accreditamento.

### ELENA VIANI

Consulente di enti pubblici e soggetti privati per progetti di sviluppo locale e turismo culturale. Collabora con un GAL lombardo per i progetti di cooperazione ed è stata professore a contratto di Turismo Sostenibile all'Università degli studi Milano-Bicocca. Assegnista di ricerca all'Università degli studi di Bergamo; ricercatrice junior per Studiare Sviluppo, società del Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione del Ministero dello Sviluppo Economico.

### FRANCESCA BRIDI

Francesca Bridi è laureanda in Management della Sostenibilità e del Turismo presso l'Università degli Studi di Trento ed attualmente si occupa della gestione amministrativa di una piccola azienda trentina, in virtù di una precedente laurea in Management e Consulenza Aziendale. Ha una grande passione per la montagna, i viaggi e tutte le tematiche legate alla sostenibilità.

## 9. CONTATTI

### AZIENDA PER IL TURISMO VAL DI SOLE

Via Marconi 7 - I - 38027 Malé (TN) - Tel. 0463 901280

Fax 0463 901563 - [info@visitvaldisole.it](mailto:info@visitvaldisole.it) - [www.visitvaldisole.it](http://www.visitvaldisole.it)



## 10. BIBLIOGRAFIA SINTETICA

- <http://tourism4sdgs.org/>
- <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- UNI ISO/TS 17033:2020 Asserzioni etiche ed informazioni di supporto - Principi e requisiti -<http://www.ethicpoint.eu/2020/05/11/claim-etico-adozione-della-uni-17033/>
- ISO 26000:2010 Guida alla Responsabilità Sociale - <http://store.uni.com/catalogo/uni-iso-26000-2010>
- UNI ISO 37101:2019 - Città e comunità sostenibili - Sistema di gestione per lo sviluppo sostenibile - Requisiti ed orientamenti per l'utilizzo
- ISO 37120:2019 - Città e comunità sostenibili - Indicatori per i servizi urbani e la qualità di vita [https://www.uninfo.it/index\\_pages/news/focus/docs/1573039229857\\_DossierLecitta%CC%80delfuturointelligentiesostenibiliSettembre2019.pdf](https://www.uninfo.it/index_pages/news/focus/docs/1573039229857_DossierLecitta%CC%80delfuturointelligentiesostenibiliSettembre2019.pdf)
- ISO 20400:2017 - Acquisti Sostenibili - Guida
- ISO 14000 Family Environmental Management - <https://www.iso.org/iso-14001-environmentalmanagement.html>
- World Tourism Organization and International Transport Forum (2019), Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector - Modelling Results, UNWTO, Madrid
- Report 2019, IPCC special report on the impacts of global warming of 1.5 °C
- Ispra, rapporto rifiuti urbani 2018
- Istat, Report Utilizzo e qualità della risorsa idrica in Italia, 2019
- Living Planet Report, WWF, 2018

**LASCIATE  
OGNI PLASTICA  
VOI CHE ENTRATE!**

- inspired by **Dante Alighieri** -



SEZIONE IV

**GLI ALLEGATI** 

## A. IL QUESTIONARIO SOMMINISTRATO AI TURISTI E L'APPROCCIO METODOLOGICO ADOTTATO

### Indagine sulla percezione dei visitatori della Skiarea Pejo3000

- **Fenomeno oggetto di indagine:** la Skiarea Pejo3000 ha avviato nel 2019 un progetto pluriennale volto a rendere maggiormente sostenibile l'approccio alle risorse del territorio e che si esplicita in diverse azioni. La prima tappa è stata il lancio, il 1° dicembre 2019, della campagna plasticfree, per ridurre l'utilizzo di plastica monouso da parte di alcuni operatori aderenti, che hanno sottoscritto una lettera di intenti. A partire da gennaio 2020, la skiarea si è attivata per elaborare un report di sostenibilità, che possa prima di tutto misurare gli impatti di alcune azioni specifiche e, successivamente, individuare i percorsi e le misure per una riduzione di questi. Nel corso del 2020 e del 2021, i promotori del progetto valuteranno altri soggetti da includere e la possibilità di estendere alcune misure al di fuori della skiarea. Allo stesso tempo, per garantire il più vasto consenso e sensibilizzazione possibile dei diversi soggetti presenti sul territorio (residenti e visitatori), sono state promosse campagne di comunicazione e promozione del progetto, in particolare in questa fase (inizio 2020) per la parte d'azione relativa alla riduzione dell'uso della plastica. La sensibilizzazione dei soggetti presenti sul territorio (residenti e turisti) si configura quale elemento necessario e indispensabile per garantire l'efficacia del progetto, ma anche come indicatore di auto-valutazione, così come indicato nelle normative di riferimento (Direttiva 2019/94, UNWTO, GSTC). Qui si inserisce la necessità di comprendere l'efficacia dell'azione di comunicazione e promozione, la percezione dei soggetti verso la campagna messa in campo nel complesso, e la propensione verso la sostenibilità. Le informazioni raccolte potranno essere utili nel corso del 2020-2021 per rimodulare l'approccio complessivo al progetto.
- **Finalità conoscitive e domande alla base dello studio:** la necessità di ragionare ed operare in termini di corretta gestione del territorio verso uno

sviluppo sostenibile pone al primo posto della riflessione l'elemento conoscitivo. Nell'ambito di un territorio che già si dimostra essere eco-friendly, serve coinvolgere e garantire la partecipazione dei soggetti presenti nell'ambito individuato, che siano operatori, residenti o visitatori temporanei. La rilevazione non è dunque un semplice fine, bensì diventa essa stessa parte della strategia volta a raggiungere gli obiettivi più ampi di progetto. Le domande che guideranno l'indagine sono dunque le seguenti:

- a. Quale è il valore del progetto plasticfree e come viene percepito?
  - b. Come si può incidere sui comportamenti dei visitatori verso un approccio sostenibile?
  - c. Come può essere migliorato il progetto e quali azioni di comunicazione differenti possono essere sviluppate?
  - d. Quale è il ruolo del visitatore verso uno sviluppo sostenibile del territorio?
- **Obiettivi dell'indagine:** ottenere conoscenze di base circa il recepimento del progetto e il favore all'iniziativa da parte dei turisti, al fine, sia di poter comunicare i risultati raggiunti, sia come step fondamentale di processo nell'ottica di aggiustamento operativo. Nello specifico:
    - a. comprendere l'efficacia dell'azione di comunicazione e promozione e la percezione dei soggetti verso la campagna messa in campo;
    - b. comprendere in modo specifico il comportamento del visitatore e la propensione alla sostenibilità;
    - c. individuare nuove azioni che garantiscano il massimo livello di coinvolgimento possibile.
    - d. individuare nuove soluzioni per promuovere il progetto.
  - **Output:**
    - a. sensibilizzare: la rilevazione è di per sé uno strumento di sensibilizzazione del turista e quindi mezzo per raggiungere gli obiettivi di processo;
    - b. proporre: ideare nuove proposte di comunicazione e promozione;
    - c. elaborare: lavorare su strumenti di sensibilizzazione per i prossimi mesi (toolkit, manuali, flyer, campagne social, articoli o altro...) partendo dalle esigenze espresse;
    - d. rimodulare: dare indicazioni strategiche sull'operatività di progetto.



- **Supporto:** compilazione assistita attraverso supporto digitale
- **Campione:** casuale
- **Aree tematiche dello strumento:**
  - a. livello di conoscenza del progetto plastic free;
  - b. apprezzamento dell'iniziativa plastic free/Valutazione delle scelte adottate;
  - c. comportamento di consumo/atteggiamento verso la sostenibilità;
  - d. disponibilità/predisposizione al cambiamento;
  - e. profilo dell'intervistato
- **Tempistica:** in inverno, dal 1° marzo 2020 al 15 aprile 2020; in estate, dal 1° giugno 2020 al 15 luglio 2020
- **Somministrazione pilota:** la prima settimana di marzo 2020
- **Lingue:** questionario in italiano e in inglese
- **Vademecum per la somministrazione:** somministrazione a cura di nr. 2 collaboratori della ApT Val di Sole, che raccoglieranno le risposte attraverso un tablet connesso alla rete, il quale avrà il questionario disponibile.

## Addestramento degli intervistatori

La riunione operativa che ha illustrato agli intervistatori come operare si è tenuta il giorno 27 febbraio 2020 e ha visto la presenza di:

- **Fabio Sacco**, Direttore ApT
- **Francesca Bridi**, Intervistatore
- **Robert Kropftisch**, Consulente ADSolutions
- **Marco Bognioni**, Intervistatore
- **Elena Viani**, Consulente ADSolutions

È stato spiegato ai due intervistatori come procedere al fine di muoversi in modo uniforme e coordinato e soprattutto evitare di avere dei dati distorti o di "inquinare" la rilevazione. Vanno dunque seguite delle semplici regole che garantiscano all'intervistato di avere un numero adeguato di informazioni per capire il motivo per cui lo si sta intervistando, seguendo quindi degli step condivisi.

## Breve vademecum di somministrazione

Compiti dell'intervistatore: informare l'intervistato sulle finalità dello studio e la scelta del campione; motivarlo ad accettare l'intervista e a dare informazioni veritiere; assicurarlo sulla serietà di chi conduce la ricerca e sulle finalità dei

dati che raccoglie; legittimare l'oggetto della ricerca; spiegare il funzionamento dell'intervista. Il lavoro dell'intervistatore è valutabile in base a uno standard di comportamento codificato e ispirato alla massima impersonalità. L'intervistatore è semplicemente tenuto ad aderire a tale standard; se non lo fa introduce distorsioni. Allo stesso tempo, deve godere di buona autonomia, che è una opportunità, perché all'intervistatore si affida la gestione dell'interazione con l'intervistato e quindi la buona riuscita dello scambio (e di conseguenza di un gran numero di questionari raccolti). L'intervistatore consegnerà in mano all'intervistato il tablet che in autonomia segnerà le risposte. In generale, non dovrà mai intervenire, suggerire risposte, rispondere per l'intervistato.

### Queste le regole minime condivise con i due intervistatori da rispettare:

1. Presentarsi e salutare gentilmente
2. Illustrare in breve gli obiettivi dell'indagine, le finalità, chi è il referente
3. Ricordare che il questionario è anonimo
4. Il questionario è rivolto a tutti i soggetti che si trovano nella Skiarea Pejo3000 (residenti, turisti, escursionisti)
5. Gli intervistati devono essere maggiorenni
6. Chiedere di compilare il questionario in autonomia seguendo il link direttamente online
7. Evitare di dare risposte/indicazioni/suggerimenti durante l'indagine, ma fare in modo che il rispondente faccia in autonomia
8. Aiutare a comprendere le domande, se poco chiare.
9. Non restare per più di due ore nello stesso posto, ma cercare di spostare nei diversi luoghi di somministrazione
10. Ringraziare sempre e ricordare che il contributo di tutti è importante per la buona riuscita del progetto.

In generale, all'intervistatore è richiesto di non perdere mai la calma, di mantenere un atteggiamento sereno e rilassato, mai valutativo; convincere i reticenti ad accettare l'intervista, motivare chi si stanca a non interrompere, sostenere la difficoltà di parlare di un tema complesso. Il giorno 27 febbraio 2020 è stato chiesto agli intervistatori di fare un pre-test e segnalare perplessità. Da domenica 1° marzo a domenica 8 marzo c'è stata una settimana di test con eventuale revisione delle domande (se gli intervistatori chiedono l'intervento).



## Questionario d'indagine sul progetto "Pejo Plastic Free"

### LA PERCEZIONE DEI VISITATORI DELLA SKIAREA PEJO3000

La Skiarea Pejo3000 ha avviato nel 2019 un progetto pluriennale volto a rendere maggiormente sostenibile l'approccio alle risorse del territorio, coordinato dall'Azienda per il Turismo della Val di Sole. Il 1° dicembre 2019 è stata lanciata la campagna Pejo Plastic Free, per ridurre l'utilizzo di plastica monouso nel territorio della Skiarea Pejo3000. A partire da gennaio 2020, la Skiarea sta elaborando un report di sostenibilità per misurare gli impatti di alcune azioni e individuare le misure per una riduzione di questi. Il presente questionario è somministrato ai visitatori che si trovano nella Skiarea nella stagione invernale ed estiva 2020 ed è volto a conoscere il loro apprezzamento e valutazione nei confronti del progetto. L'ApT Val di Sole è responsabile per la raccolta dei dati, che verranno trattati nel rispetto della legge sulla privacy e senza alcun fine di lucro. I dati rilasciati sono anonimi e trattati al solo scopo di ricerca (indagine) e non saranno ceduti a terzi per altre finalità.

Per ulteriori informazioni si prega di inviare una mail a [info@visitvaldisole.it](mailto:info@visitvaldisole.it)



Nome intervistatore: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

#### 0. Luogo di somministrazione:

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Pejo, scuola di sci         | <input type="checkbox"/> Pejo, rifugio Baita Tre Larici |
| <input type="checkbox"/> Pejo, biglietteria funivie  | <input type="checkbox"/> Pejo, rifugio Doss dei Cembri  |
| <input type="checkbox"/> Pejo, rifugio Lo Scoiattolo | <input type="checkbox"/> Pejo, piste sci                |

#### 1. Sei un:

- residente: nei comuni della Val di Sole
- escursionista: mi fermo a Pejo in giornata
- turista: pernotta in Trentino.

#### 1.1 Se sei un turista, in quale comune della Val di Sole pernotti:

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Pejo         | <input type="checkbox"/> Ossana                           |
| <input type="checkbox"/> Caldes       | <input type="checkbox"/> Pellizzano                       |
| <input type="checkbox"/> Cavizzana    | <input type="checkbox"/> Rabbi                            |
| <input type="checkbox"/> Commezzadura | <input type="checkbox"/> Vermiglio                        |
| <input type="checkbox"/> Croviana     | <input type="checkbox"/> Terzolas                         |
| <input type="checkbox"/> Malè         | <input type="checkbox"/> Dimaro Folgarida                 |
| <input type="checkbox"/> Mezzana      | <input type="checkbox"/> Pernotto fuori dalla Val di Sole |

#### 1.2 Se sei un turista o escursionista, è la prima volta che vieni in Val di Sole?

- sì
- no

#### 1.3 Se non è la prima volta che vieni a Pejo, quante volte in un anno vieni in Val di Sole?

- da 1 a 5
- da 6 a 10
- più di 10

#### 1.4 Se sei un turista, quante notti ti fermi in Val di Sole?

\_\_\_\_\_



## SEZIONE 1 – IL PROGETTO PEJO PLASTIC FREE

### 2. È la prima volta che senti parlare del progetto “Pejo Plastic Free”?

- sì  
 no  
 non saprei

### 3. Quando hai sentito parlare per la prima volta del progetto “Pejo Plastic Free”?

- al mio arrivo a Pejo  
 prima di arrivare a Pejo  
 non ne ho mai sentito parlare

### 4. Come sei venuto a conoscenza del progetto “Pejo Plastic Free”?

- alla televisione       su cartelloni/flyer in località  
 sui social               informato da personale della località  
 su giornali o riviste     altro  
 passaparola di amici/parenti

### 5. Nella Skiarea Pejo3000, chi ti ha informato del progetto “Pejo Plastic Free”?

- struttura ricettiva dove pernotta       la biglietteria delle funivie  
 il ristorante dove ho mangiato         nessuno  
 uno dei rifugi                                 altro  
 la scuola di sci

### 6. Come valuti le seguenti azioni di progetto?

	ottimo	molto bene	bene	adeguato	non sufficiente
Eliminazione delle bottiglie di plastica					
Eliminazione delle stoviglie monouso					
Eliminazione delle confezioni monodose (ketchup, maionese...)					
Disponibilità di punti per la raccolta differenziata					

### 7. Quali sono le principali criticità del progetto? (indicare massimo 3 risposte)

- Mancanza di chiarezza sul progetto  
 Comunicazione poco trasparente  
 Personale poco preparato  
 Plastica monouso ancora venduta/proposta  
 Mancanza di alternative alla plastica monouso  
 Poca comodità delle alternative  
 È solo uno strumento di marketing  
 Nessuna criticità

### 8. Come valuti il progetto Pejo Plastic Free nel suo complesso?

(dare un punteggio da 1 a 10, con 1 pessimo e 10 eccellente)

- 1     2     3     4     5  
 6     7     8     9     10     non saprei

### 9. Intendi tornare a Pejo perché questa è l'unica skiarea in Europa Plastic Free?

- sì     no     non saprei

### 10. Consigliaresti Pejo come destinazione turistica Plastic Free?

- sì     no     non saprei

### 10.1 Perché?

---



---



---



## Sezione 2 – Il comportamento d'acquisto

### 11. Quale è la motivazione principale della scelta della destinazione Pejo?

(una sola opzione)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> praticare sport invernali                 | <input type="checkbox"/> lavoro                             |
| <input type="checkbox"/> venire alle terme                         | <input type="checkbox"/> stare nella natura                 |
| <input type="checkbox"/> rilassarmi/riposarmi                      | <input type="checkbox"/> perché è destinazione Plastic Free |
| <input type="checkbox"/> visitare amici/parenti                    | <input type="checkbox"/> altro                              |
| <input type="checkbox"/> visitare il Parco Nazionale dello Stelvio |   |

### 12. A quale delle seguenti attività hai preso parte durante la tua permanenza nella Skiarea? (massimo 2 opzioni)

- sciare
- praticare altri sport invernali (sci di fondo, ciaspole, etc.)
- andare alle terme
- passeggiare/fare trekking nella natura
- fare attività nel Parco Nazionale dello Stelvio
- rilassarmi
- partecipare a un evento
- degustare prodotti locali
- altro

### 12.1 Se sei venuto per un evento, di quale evento si tratta?

---

### 13. Quanto è importante per te ridurre o eliminare l'uso della plastica monouso in vacanza e nella vita quotidiana?

- |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> per niente | <input type="checkbox"/> abbastanza |
| <input type="checkbox"/> poco       | <input type="checkbox"/> molto      |

### 14. In una scala da 1 a 10, quanto vorresti che venissero implementate le seguenti attività in Val di Sole:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Organizzare eventi 100% sostenibili										
Adottare certificazioni ecologiche per gli hotel										
Adottare misure per ridurre il consumo di acqua										
Fare la raccolta differenziata										
Installare impianti da fonti energetiche rinnovabili										
Proteggere le risorse naturali del Parco Nazionale dello Stelvio										
Ridurre le autovetture private in circolazione										

### 15. Nella vita quotidiana (NON in vacanza), quanto spesso fai ciascuna di queste cose?

	mai	raramente	occasionalmente	spesso	sempre
Comprare prodotti alimentari locali					
Comprare bottiglie d'acqua in plastica					
Muovermi con i mezzi pubblici					
Al ristorante, portare a casa il cibo e/o il vino da me avanzato					
Fare la raccolta differenziata					
Fare donazioni per associazioni/enti che tutelano la natura					
Comprare prodotti del commercio equo e solidale o da GAS					
Comprare cibo take away					
Comprare in negozi che non usano imballi					
Comprare alimenti direttamente dal produttore/contadino					



## Sezione 3 – La propensione al cambiamento

16. Durante la tua vacanza a Pejo, saresti disposto a pagare un prezzo maggiorato per:

	sì	no
Avere a disposizione bottiglie in plastica biodegradabile		
Avere a disposizione stoviglie (piatti, bicchieri...) in ceramica o vetro		
Poter comprare borracce di alluminio riutilizzabili		
Avere prodotti biologici/biodinamici nei menu dei ristoranti/rifugi/agriturismi		
Avere prodotti locali dei ristoranti/rifugi/agriturismi		
Avere a disposizione mezzi di trasporto pubblici ecologici		
Avere a disposizione colonnine per la ricarica di mezzi elettrici		
Partecipare a eventi 100% sostenibili		
Pernottare in una struttura ricettive con una certificazione ambientale		
Sostenere iniziative che proteggono la natura del Parco Nazionale dello Stelvio		
Acquistare prodotti e servizi il cui prezzo riconosca, oltre a una componente di sostenibilità ambientale, anche il giusto valore del lavoro del produttore		

## Sezione 4 – Il profilo socio-demografico

Regione e Comune di residenza \_\_\_\_\_

Stato estero di residenza \_\_\_\_\_ Anno di nascita \_\_\_\_\_

**Sesso**

- maschio
- femmina

**Stato civile**

- Single o mai sposato/a
- Sposato/a o unione civile
- Divorziato/a o separato/a
- Vedovo/a
- Preferisco non rispondere

**Livello di istruzione**

- Scuola elementare
- Diploma di scuola media inferiore
- Diploma di scuola media superiore
- Laurea triennale
- Laurea magistrale, master o dottorato

**Lavori?**

- Sì, a tempo pieno
- Sì, part time
- No

**Professione**

- Dirigente, imprenditore, libero professionista
- Insegnante
- Impiegato
- Commerciante/esercente (in proprio)
- Commerciante/esercente (alle dipendenze di altri)
- Artigiano (in proprio)
- Artigiano (alle dipendenze di altri)
- Operaio
- Studente
- Casalinga
- In cerca di 1° occupazione
- Disoccupato
- Altro

**Fascia di reddito personale annuo**

- Preferisco non rispondere
- Tra 28.001 e 55.000 Euro
- 0-15.000 Euro
- Tra 55.001 e 75.000 Euro
- Tra 15.001 e 28.000 Euro
- Sopra i 75.000 Euro

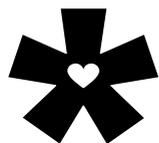




## B. LE FAQ PER GLI OPERATORI

### Progetto Skiarea Pejo3000 Plastic Free: i dieci perché che guidano l'azione

Vogliamo proteggere l'ambiente, tutelare le risorse locali, ridurre al minimo gli impatti verso uno sviluppo sostenibile della Skiarea Pejo3000! <sup>1</sup>



Abbiamo adottato un complesso piano di sostenibilità: dal 1° dicembre 2019 abbiamo eliminato le plastiche monouso. È il primo passo di un lungo percorso, volto a misurare e ridurre gli impatti negativi sul territorio. Attiveremo azioni responsabili e condivise volte a ridurre la produzione di rifiuti, le emissioni di gas serra, il consumo di acqua, l'uso di energia, ma vogliamo andare ben oltre... aiutaci!

#### PERCHÉ LA SKIAREA PEJO3000 È DIVENTATA UNA DESTINAZIONE "PLASTIC FREE"?

Meno di un terzo della plastica che usiamo viene riciclata<sup>2</sup>, ma viene dispersa nell'ambiente e si deposita ovunque: sulle spiagge marine, nelle aree verdi, nella neve e anche sulle nostre montagne dove ci troviamo proprio ora. I pezzetti di plastica dispersi nell'ambiente vengono ingeriti dagli animali ed entrano anche nella nostra catena alimentare. Sappiamo che questo è letale per gli animali, ma per noi essere umani? **Pensa che è come se mangiassimo una carta di credito a settimana.** <sup>3</sup>



- 1 Il presente documento è stato predisposto per uso interno per formare il personale del progetto. In particolare, per il personale dei rifugi per informare e rispondere ai clienti (prime 5 domande) e per saperne di più (dalla domanda 6 in poi).
- 2 Dati Consorzio nazionale per la raccolta, riciclo e recupero degli imballaggi in plastica (Corepla), Anno 201
- 3 Studio "No Plastic in Nature: Assessing Plastic Ingestion from Nature to People" dell'Università australiana di Newcastle e commissionato dal WWF (Anno 2019). Ogni settimana ingeriamo fino a 2000 minuscoli frammenti di plastica, una quantità equivalente al peso di una carta di credito. La maggior parte delle particelle ingerite sono sotto i 5 millimetri di grandezza e molte si trovano nelle acque di tutto il mondo, sia in quella di superficie che in quella delle falde

#### PERCHÉ È IMPORTANTE ELIMINARE O RIDURRE L'UTILIZZO DELLA PLASTICA?

La plastica è una scoperta importante, ma dobbiamo muoverci verso forme di economia circolare che permettano di riciclarla e quindi ri-utilizzarla. Non tutta la plastica può essere eliminata, è impossibile, ma vogliamo iniziare dalla plastica monouso prima di tutto, per sostituirla con prodotti biodegradabili o riciclabili. **Pensa che in uno dei ghiacciai del Parco dello Stelvio sono state trovate le stesse concentrazioni di microplastiche presenti nei mari europei!** <sup>4</sup>

#### PERCHÉ NON TROVERAI PIÙ BOTTIGLIE, BICCHIERI, CANNUCCE E MATERIALI MONOUSO DI PLASTICA?

Da quest'anno abbiamo deciso di eliminare dalla nostra Skiarea tutte le bottiglie di plastica, posate, bicchieri, contenitori per alimenti monouso in plastica. Troverai tante alternative più sostenibili, meno impattanti e riciclabili (come le nostre borracce in materiale riciclabile). **Pensa che 8 Italiani su 10 buttano via ogni settimana 4 o 5 bottiglie di plastica che poi non vengono nemmeno riciclate!** <sup>5</sup>

#### PERCHÉ CHIEDIAMO L'AUTO DI TUTTI?

Siamo tutti importanti! Il turismo produce un importante giro economico per la nostra area, ma dobbiamo stare attenti perché ha anche degli impatti negativi come l'inquinamento, le emissioni dovute ai mezzi di trasporto, un consumo di acqua elevato e molti rifiuti da smaltire. **Pensa che il turismo in generale è responsabile di circa un decimo delle emissioni di gas nocivi nel mondo!** <sup>6</sup>

#### PERCHÉ NOI OPERATORI ABBIAMO DECISO DI ADERIRE ALL'INIZIATIVA?

Il cambiamento parte dalle piccole azioni di ognuno di noi: l'azienda di promozione turistica ci ha coinvolto in questo percorso di riduzione della plastica che è solo l'inizio. Vogliamo fare tanto altro: ridurre l'inquinamento, proteggere i nostri ghiacciai, tenere pulita la nostra neve, tutelare i nostri parchi... **Pensa che siamo la prima destinazione sciistica in Europa ad avere eliminato la plastica!**



- 4 Studio dell'Università Statale di Milano e l'Università Bicocca, che hanno presentato i dati nel corso della conferenza internazionale dell'European Geosciences Union.
- 5 Dossier Ufficio Scientifico di Legambiente in collaborazione con Altreconomica, Anno 2019
- 6 World Tourism Organization and International Transport Forum (2019), Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results, UNWTO, Madrid

## Parliamo di sostenibilità

### PERCHÉ STIAMO MISURANDO LE EMISSIONI DI GAS SERRA?

Per aiutare a proteggere il nostro ambiente non è sufficiente ridurre l'uso della plastica: le emissioni di gas ad effetto serra (GHG) sono provocate da tutte le attività umane, dagli spostamenti alla produzione di cibo, e provocano danni enormi. La concentrazione dei gas serra continua ad aumentare e questo produce i cambiamenti climatici. **Pensa che le temperature sono in aumento<sup>7</sup> e quindi abbiamo come effetto condizioni meteo più estreme, stress idrico, innalzamento del livello del mare e perturbazione degli ecosistemi marini e terrestri!**

### PERCHÉ STIAMO CONTROLLANDO ANCHE LA PRODUZIONE DEI RIFIUTI?

Più consumiamo, più ci muoviamo, più viaggiamo e più produciamo rifiuti! Questi devono poi essere smaltiti in qualche modo e ovviamente ciò ha dei costi, sia per tutti noi, che per l'ambiente. Dobbiamo aumentare il riciclo e trovare la soluzione meno costosa e che faccia meno danni possibile. **Pensa che ognuno di noi, ogni anno, produce in media 497 kg di rifiuti!**<sup>8</sup>

### PERCHÉ STIAMO MISURANDO I NOSTRI CONSUMI DI ACQUA?

L'impronta idrica ci consente di sapere quanta acqua consumiamo, quanta ne preleviamo per la nostra vita quotidiana, e quante ne restituiamo inquinata. Ognuno di noi ne spreca ancora troppa e stiamo cercando di trovare soluzioni per evitare gli sprechi. **Pensa che ogni giorno in Italia disperdiamo più o meno la metà dell'acqua che viene erogata!**<sup>9</sup>

### PERCHÉ STIAMO CERCANDO DI COMPRARE ENERGIA PULITA?

Per mangiare, per spostarci, per scaldarci, e anche per sciare consumiamo energia elettrica. Questa è prodotta sia da carbone e petrolio, così come da fonti rinnovabili.



7 Report 2019, IPCC special report on the impacts of global warming of 1.5 °C

8 Ispra: rapporto rifiuti urbani 2018

9 Istat, Report Utilizzo e qualità della risorsa idrica in Italia, 2019



Sole, vento e acqua ci aiutano a produrre energia più pulita e meno inquinante e nella Skiarea vogliamo comprare e produrre energia sempre più verde. **Pensa che anche l'Europa quest'anno vuole raggiungere quota 20%<sup>10</sup> di produzione di energia da fonti rinnovabili perché quelle fossili sono dannose!**

### PERCHÉ VOGLIAMO PROPORRE NEI NOSTRI MENU PRODOTTI LOCALI?

Vogliamo adottare delle regole che ci permettano di comprare prodotti e servizi che hanno un minore o ridotto effetto sulla salute umana e sull'ambiente. Acquistare verde significa acquistare prodotti e servizi tenendo conto degli impatti ambientali che questi possono avere nel corso del ciclo di vita, dall'estrazione della materia prima allo smaltimento del rifiuto. **Pensa che per continuare a condurre il nostro stile di vita attuale avremmo bisogno di 1,5 pianeti in più!**<sup>11</sup>



10 Sito Commissione Europea ([https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/progress\\_it](https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/progress_it))

11 Living Planet Report, WWF, 2018

## C. LE TABELLE DI RACCOLTA DEI DATI RIFUGI E SCUOLA DI SCI

### Raccolta dati specifici del progetto Plastic Free<sup>1</sup>

Articolo <sup>2</sup>	Azione svolta per eliminazione o per la riduzione o la giustificazione della semplice gestione <sup>3</sup>	Stima dati 2020 di risparmio (pezzi e quantità <sup>4</sup> )
Piatti di plastica		
Cannucce		
Forchette e coltelli di plastica		
Bicchieri di plastica		
Bottigliette di plastica vendute <sup>5</sup>		
Bottiglie di plastica fornite durante i pasti		
Bottiglie di plastica dei visitatori		

**Quantificazione (stima e considerazione) del costo aggiuntivo per il materiale compostabile:** \_\_\_\_\_



- 1 Importante nelle note citare le metodologie e le fonti o i criteri di stima dei dati.
- 2 Inserire (tutor con il supporto del referente dell'organizzazione) quelli che sono gli articoli che si possono eliminare. Nel documento sono forniti esempi.
- 3 Inserire l'attività svolta dalla organizzazione per eliminare, ridurre o gestire (nel caso non sia possibile eliminare) gli articoli evidenziati nella colonna 1.
- 4 Inserire la riduzione stimata del consumo di plastica per esempio piatti di plastica con piatti in ceramica, 20.000 pezzi per 14,3 grammi
- 5 Specificare la dimensione: per esempio mezzo litro

### Gestione rifiuti (anno di riferimento 2019)

Tipologia di rifiuto <sup>6</sup>	Quantità <sup>7</sup>	Gestione <sup>8</sup>
Organico		
Compostabile		
Generico		
Pericolosi		

### Gestione risorse energetiche

Tipologia di energia	Quantità	Calcolo TEP <sup>9</sup>
Energia elettrica	KWh	
GPL per mensa (bombolone)	litri	
Benzina gatti delle nevi	litri	
Pericolosi		

### Prodotti del territorio

Tipologia <sup>10</sup>	Quantità <sup>11</sup>	Commento <sup>12</sup>
Carne	KWh	
Latte	litri	
Formaggi	litri	
Yogurt e simili		
Acqua di Pejo		
Birra di Pejo		
Ortaggi		
Vini locali		



- 6 Descrivere le tipologie di rifiuto o se del caso il tipo (per esempio plastica)
- 7 Usare la guida del progetto (per esempio kg)
- 8 Usare la guida del progetto (per esempio recupero)
- 9 Usare la tabella di conversione del progetto
- 10 Aggiungere quelli non previsti- scrivere NA per quelli non applicabili
- 11 Descrivere se: quasi tutti, principalmente, 50%, pochi
- 12 Informazioni aggiuntive, per esempio "vini del trentino perché non presenti quelli locali", oppure autoprodotti, oppure da fornitore di famiglia



## Avete degli standard di riferimento per progettare i menu?

### Condizioni di lavoro

Aspetto <sup>13</sup>	Quantità <sup>14</sup>	Commento <sup>15</sup>
Personale femminile e maschile	KWh	
Tipologia di contratto applicato (nazionale e inquadramento)	litri	
Gestione dei periodi di chiusura (indennità di occupazione)	litri	
Programmi di welfare aziendale per i lavoratori		
Coperture assicurative (per esempio RCO) oltre quelle di legge		

### Dati documento

Organizzazione		
Aggiornamento		
Approvazione		
Compilatore		
Note		

### Segnare eventuali allegati

#### Documenti da recuperare

Foto della comunicazione "plastic free"

Esempi di menù

Altre comunicazioni sociali

Materiale consumo vecchie e nuove (per esempio bicchieri di plastica in smaltimento e nuovi bicchieri)

Punti di raccolta bottigliette visitatori

13 Aggiungere quelli non previsti - scrivere NA per quelli applicabili

14 Descrivere se (tre livelli): principalmente, 50%, pochi

15 Informazioni aggiuntive, per esempio "vini del trentino perché non presenti quelli locali", oppure autoprodotti, oppure da fornitore di famiglia





**plasticfreezone**



[www.visitvaldisole.it](http://www.visitvaldisole.it)