**Il ruolo della Bandiera Arancione per la valorizzazione dei piccoli comuni dell’entroterra**

**Immagini e Tabelle**

Fig. 1 Logo Bandiera Arancione



Fonte: Touring Club Italiano

Fig. 2 Fedeltà verso la certificazione

Fonte: nostra elaborazione

Fig. 3 Tempo dedicato a candidatura a BA e implementazione del Piano di miglioramento predisposto dal TCI

Fonte: nostra elaborazione

Fig. 4: Budget dedicato al programma Bandiera Arancione

Fonte: nostra elaborazione

Tab. 1: Quali sono state le motivazioni che hanno portato il vostro comune a candidarsi Bandiera Arancione?

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1[[1]](#footnote-1) | 2 | 3 | 4 | 5 |
| rafforzare l’immagine positiva della località | 0% | 0% | 0% | 11% | 89% |
| creare un brand territoriale legato all’impegno per la tutela dell’ambiente | 0% | 6% | 6% | 22% | 67% |
| aumentare la credibilità verso le politiche di sviluppo sostenibile dell’amministrazione | 0% | 0% | 11% | 50% | 39% |
| rivolgersi ad un target specifico di turisti (posizionare il brand territoriale in nuovi segmenti di mercato) | 0% | 0% | 17% | 22% | 61% |
| aumentare il flusso di turisti verso la località | 0% | 0% | 0% | 11% | 89% |
| destagionalizzare i flussi turistici | 0% | 6% | 11% | 28% | 56% |
| creare un nuovo canale di comunicazione | 0% | 0% | 6% | 28% | 67% |
| fare concorrenza alle località turistiche vicine | 22% | 33% | 44% | 0% | 0% |
| creare consenso tra gli stakeholder interni ed esterni | 0% | 0% | 39% | 33% | 28% |
| dare forma e visibilità all’impegno dell’amministrazione per l’ambiente | 0% | 11% | 6% | 50% | 33% |
| dare maggiore visibilità alla località turistica | 0% | 0% | 0% | 6% | 94% |
| dare sostegno all’economia del territorio | 0% | 0% | 0% | 11% | 89% |

Fonte: nostra elaborazione

Tab. 2: Quali fattori hanno agito perché il vostro comune si candidasse?

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1[[2]](#footnote-2) | 2 | 3 | 4 | 5 |
| forze politiche di coalizione | 6% | 0% | 0% | 33% | 61% |
| forze politiche dell’opposizione | 39% | 22% | 6% | 17% | 17% |
| Turisti | 11% | 33% | 33% | 17% | 6% |
| potenziali turisti | 6% | 28% | 22% | 22% | 22% |
| Cittadini | 6% | 17% | 44% | 33% | 0% |
| operatori del settore ricettivo | 6% | 6% | 50% | 39% | 0% |
| operatori economici | 6% | 17% | 44% | 33% | 0% |
| Associazioni | 6% | 11% | 50% | 17% | 17% |
| Altre | 28% | 22% | 33% | 17% | 0% |

Fonte: nostra elaborazione

Tab. 3: Politiche di comunicazione specifiche e tempi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | appena ottenuto il riconoscimento | durante l’estate | durante tutto l’anno | Mai |
| sito internet dedicato a BA | 11% | 0% | 56% | 33% |
| account su social network | 11% | 0% | 67% | 22% |
| punto informativo dedicato a BA | 6% | 28% | 67% | 0% |
| pacchetti turistici | 0% | 39% | 56% | 6% |
| materiale promozionale, gadget con logo | 0% | 17% | 72% | 11% |
| materiale cartaceo (opuscoli, manifesti ) | 0% | 17% | 83% | 0% |
| evento celebrativo | 67% | 11% | 11% | 11% |
| comunicato stampa, radio, tv | 39% | 22% | 39% | 0% |
| segnaletica stradale | 17% | 0% | 83% | 0% |
| Altro | 22% | 6% | 28% | 44% |

Fonte: nostra elaborazione

Tab. 4: La Bandiera Arancione ha portato miglioramenti effettivi nella gestione ambientale del vostro comune?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | NO | SI, ma non direttamente imputabili a BA | SI, lievi miglioramenti direttamente imputabili a BA | SI, miglioramenti consistenti, direttamente imputabili a BA |
| adozione di nuove certificazioni ambientali | 33% | 17% | 22% | 28% |
| miglioramento del monitoraggio della qualità ambientale | 11% | 22% | 22% | 44% |
| miglioramento della qualità dell’aria | 33% | 44% | 11% | 11% |
| miglioramento della qualità dell’acqua | 33% | 50% | 6% | 11% |
| miglioramento della qualità dei suoli | 33% | 50% | 6% | 11% |
| riduzione del rumore | 39% | 33% | 17% | 11% |
| aumento della raccolta differenziata | 6% | 22% | 50% | 22% |
| aumento delle aree di verde urbano | 33% | 11% | 28% | 28% |
| miglioramento della manutenzione e cura del verde urbano | 11% | 17% | 28% | 44% |
| aumento delle fonti rinnovabili e risparmio energetico | 17% | 39% | 33% | 11% |
| Concessione di maggiori incentivi/agevolazioni per l’utilizzo di fonti rinnovabili risparmio energetico bioedilizia | 22% | 56% | 22% | 0% |
| Adozione di un Regolamento Edilizio Comunale attento alle problematiche energetiche e ambientali | 39% | 50% | 6% | 6% |
| Realizzazione di campagne di educazione per la gestione dei rifiuti e il rispetto dell’ambiente verso cittadini e nelle scuole | 6% | 50% | 28% | 17% |
| campagne di educazione sull’uso di energie rinnovabili risparmio energetico verso cittadini e nelle scuole | 33% | 39% | 22% | 6% |
| riduzione degli impatti visivi dei fabbricati | 28% | 28% | 22% | 22% |
| riduzione degli impatti delle antenne | 28% | 39% | 17% | 17% |
| riduzione degli impatti visivi degli stabilimenti industriali | 50% | 33% | 6% | 11% |
| interventi di conservazione e valorizzazione degli edifici del centro storico | 11% | 22% | 28% | 39% |
| pulizia e cura del centro storico | 6% | 17% | 44% | 33% |
| aumento strutture ricettive | 17% | 17% | 44% | 22% |
| aumento esercizi di ristorazione | 33% | 11% | 33% | 22% |
| aumento negozi di prodotti tipici | 39% | 17% | 22% | 22% |
| miglioramento/aumento segnaletica turistica | 11% | 11% | 22% | 56% |
| inclusione dei temi BA nelle delibere comunali | 33% | 6% | 22% | 39% |

Fonte: nostra elaborazione

Tab. 5: Avete riscontrato un aumento d’interesse da parte dei turisti imputabile all’accostamento al marchio BA? In che modo è stato registrato l’aumento d’interesse

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | SI | NO |
| Aumento richieste di informazioni presso gli uffici informazioni/Pro Loco (via mail e tel) | 94% | 6% |
| Aumento dei contatti su account istituzionali sui social network | 94% | 6% |
| Aumento dei contatti/richieste tramite il sito web istituzionale | 78% | 22% |
| Aumento richieste informazioni presso strutture ricettive | 94% | 6% |
| Aumento visibile del flusso di turisti nella località (escursionisti) | 94% | 6% |
| Aumento di arrivi/presenze turistiche presso le strutture ricettive | 89% | 11% |
| Aumento ingressi ai musei/monumenti cittadini | 83% | 17% |
| Aumento afflusso alle manifestazioni | 67% | 33% |
| Contatti e richieste informazioni tramite il network Bandiere Arancioni | 78% | 22% |
| Contatti e richieste informazioni tramite l'associazione Paesi Arancioni | 78% | 22% |
| Acquisto pacchetti turistici promossi dai canali Bandiere Arancioni | 67% | 33% |

Fonte: nostra elaborazione

Tab. 6: Come giudica la consapevolezza del turista che visita la vostra località verso il marchio BA

|  |  |
| --- | --- |
|  | Preferenze |
| Nella scelta tra località con offerta simile, predilige la nostra perché è Bandiera Arancione | 56% |
| Sa che la località è Bandiera Arancione ma non è il motivo principale della sua scelta | 28% |
| Sa che la località è Bandiera Arancione ma verrebbe anche se non lo fosse | 6% |
| Ignora che la località sia certificata Bandiera Arancione, quando lo scopre la apprezza ulteriormente | 10% |
| Ignora che la località sia certificata Bandiera Arancione, quando lo scopre resta indifferente | 0% |
| Ignora che la località sia certificata BA, quando lo scopre critica la gestione del territorio | 0% |

Fonte: nostra elaborazione

1. 1=per niente importante; 2=poco importante; 3=mediamente importante; 4=abbastanza importante; 5=molto importante. [↑](#footnote-ref-1)
2. 1=per niente; 2=poco; 3=abbastanza; 4=molto; 5=moltissimo. [↑](#footnote-ref-2)