

«C'è stato un tempo dell'inconsapevolezza in cui il mondo e le aziende operavano spinte dalla mera logica del profitto, miope, divisiva, incontrollata e incontrollabile. Oggi invece sappiamo che il nostro ecosistema è un fattore rilevante per la vita delle generazioni attuali e per le prospettive delle generazioni future. È, quindi, necessario rispettare e costantemente monitorare il rapporto di funzionale interdipendenza che sussiste tra ambiente e uomo. Questo non implica una riduzione del livello di produzione, ma vuol dire imparare e educare a produrre diversamente»

LUCIO D'ALESSANDRO

Atlante
Orusculum geographicum
1533

ISBN 979-12-5511-011-8

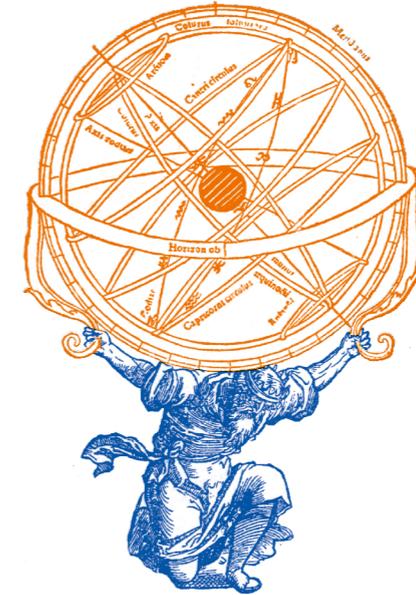


9 791255 110118



QUADERNI DELLA RICERCA • 26
DIPARTIMENTO DI SCIENZE GIURIDICHE
ED ECONOMICHE

F. CAPPELLIERI M. D'AMATO M.P. NASTRI D. SALVATORE A. STORLAZZI
SOSTENIBILITÀ CONTRIBUTI PER IL PRIMO RAPPORTO SULAB



SOSTENIBILITÀ

CONTRIBUTI PER IL PRIMO RAPPORTO SULAB

a cura di

Francesca Cappellieri
Marcello D'Amato
Maria Pia Nastri
Domenico Salvatore
Alessandra Storlazzi



SUOR ORSOLA
BENINCASA
UNIVERSITÀ EDITRICE



QUADERNI DELLA RICERCA • 26

Collana diretta da
Lucio d'Alessandro

Comitato scientifico
Tommaso Edoardo Frosini
Enricomaria Corbi
Paola Villani
Natascia Villani



QUADERNI DELLA RICERCA • 26

Collana diretta da

Lucio d'Alessandro

DIPARTIMENTO DI SCIENZE GIURIDICHE
ED ECONOMICHE

Redazione

Luciana Trama

Copertina

Flavia Soprani

Stampa

Carmine Marra

© Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, Napoli 2024

Tutti i diritti sono riservati

Il libro è concesso in licenza in base alla licenza internazionale

Creative Common Attribution 4.0 CC-BY-NC-ND.

Tutti i dettagli sulla licenza sono disponibili su: creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0.

Accesso gratuito del libro all'indirizzo: universitypress.unisob.na.it.

La proprietà intellettuale dei singoli contributi resta degli autori.

ISBN 979-12-5511-011-8

SOSTENIBILITÀ

Contributi per il I Rapporto SuLAB

a cura di

Francesca Cappellieri

Marcello D'Amato

Maria Pia Nastri

Domenico Salvatore

Alessandra Storlazzi



SUOR ORSOLA
BENINCASA
UNIVERSITÀ EDITRICE

I curatori desiderano ringraziare la dottoressa Luciana Trama, l'architetto Flavia Soprani e il dottor Carmine Marra, della Suor Orsola University Press per la collaborazione in fase di revisione editoriale e di stampa del presente volume.

Sommario

- VII *Prefazione*
- XIII *Introduzione*
- 3 Marcello D'Amato Domenico Salvatore
Alessandra Storlazzi Vincenza Volpe
*La gestione dei rifiuti in Italia:
un'analisi esplorativa*
- 45 Maria Pia Nastri Viviana Salerno
*La tassazione dei rifiuti e la tariffazione puntuale:
riflessioni in termini di sostenibilità ambientale*
- 77 Domenico Salvatore Francesca Cappellieri
Eleonora Di Napoli
*La valutazione della performance di sostenibilità:
il ricorso agli indicatori*
- 127 Umberto Costantini Elisabetta Buononato
Giada Rainone
*Una P.A. citizen driven per una migliore
sostenibilità del Paese*

- 167 Antonio Coviello Renato Somma
*Turismo crocieristico italiano: scenari e trend
dopo la pandemia globale. Il test case di MSC*
- 197 Serena Sileoni
I principi della riforma dei servizi pubblici locali
- 233 Sergio Marotta
La legislazione sui servizi pubblici locali
- 257 Marcello D'Amato Riccardo Martina
*Una nota su strutture di mercato
e tassazione ambientale*
- 279 Riccardo Martina Iacopo Grassi
*La responsabilità sociale delle imprese
in mercati non concorrenziali:
una nota sulle possibili determinanti
e sugli effetti strategici*
- 305 Autori

Prefazione

C'è stato un tempo dell'inconsapevolezza in cui il mondo e le aziende operavano spinte dalla mera logica del profitto, miope, divisiva, incontrollata e incontrollabile.

Oggi invece sappiamo che il nostro ecosistema è un fattore rilevante per la vita delle generazioni attuali e per le prospettive delle generazioni future. È, quindi, necessario rispettare e costantemente monitorare il rapporto di funzionale interdipendenza che sussiste tra ambiente e uomo. Questo non implica una riduzione del livello di produzione, ma vuol dire imparare e educare a produrre diversamente. La diffusa convinzione che il consumismo equivalga al benessere comincia ad essere messa in discussione criticamente da gruppi sociali sempre più numerosi e trasversali. Si criticano sempre più spesso i modelli di sviluppo divisivi e degenerativi, che allocano le poche risorse disponibili destabilizzando l'equilibrio e la salvaguardia del mondo da cui delicatamente dipendiamo.

Occorre, quindi, profondamente ripensare alle modalità attraverso cui superare la crisi di risorse e di equità che attanaglia il nostro secolo e riorientare le basi

per garantire un adeguato benessere per le attuali e future generazioni. Siamo chiamati tutti, produttori e consumatori, a reimmaginare la forma del progresso proteso ad una prosperità che abbandoni, senza residui, il paradigma di crescita economica. Questo richiede un radicale cambiamento sociale di prospettiva per superare un limite strutturale, attenzionando sistematicamente il consumo delle risorse, in una visione inclusiva e rigenerativa. Queste attuali condizioni congiunturali hanno obbligato le aziende a confrontarsi con nuove istanze provenienti dalla società civile e con nuovi valori di cui sono portatori tutti gli interlocutori aziendali, riconoscendo e affiancando alla tradizionale dimensione economico-finanziaria una dimensione etica, sociale e ambientale.

L'Università Suor Orsola Benincasa sin dal principio, nel lontano 2006, comprese quanto fosse indispensabile che la cultura della rigenerazione permeasse il nuovo processo di crescita nell'economia contemporanea mondiale, sia globale sia locale. Su questo profondo stimolo, l'Ateneo divenne la culla del primo Corso di laurea in Economia aziendale e Green Economy in Italia. Il percorso di studi pionieristico, fortemente voluto dall'Ateneo, nasce e si evolve nel tempo su una straordinaria sinergia tra l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa ed il tessuto industriale e imprenditoriale. Affonda le sue radici nello studio di una cultura d'impresa in grado di creare sviluppo attraverso l'adozione di modelli gestionali fondati sulla sostenibilità ambientale e sociale. Nel tempo l'offerta formativa è stata oggetto di costanti interventi integrativi in una tensione al continuo miglioramento, ponendo sempre al centro lo studente e le sue esigenze. Fino ad approdare oggi, alla creazione di

un Laboratorio di ricerca interno all'Ateneo che intende affrontare le sfide costanti dettate dalla sostenibilità con un approccio scientifico e multidisciplinare.

Sempre in ascolto delle esigenze del tessuto industriale locale, il Laboratorio produrrà un Rapporto che rappresenterà il contenitore formale delle attività di studio e di ricerca condotte.

Il presente Rapporto nella sua prima edizione intende informare ed alimentare il dibattito, regionale, nazionale ed internazionale basando su fatti empirici le riflessioni teoriche, promuovendo un dialogo consapevole tra Università e tessuto industriale. Il Rapporto raccoglie contributi che analizzano, abbracciando le diverse prospettive disciplinari degli studiosi, temi che discendono dalla sostenibilità ambientale o sociale delle aziende o dei sistemi economici. Nella sua prima edizione, nove contributi forniranno diversi punti di vista al fine di creare un terreno fertile di confronto e di incontro. Il primo contributo *La gestione dei rifiuti in Italia: un'analisi esplorativa* (Marcello D'Amato, Domenico Salvatore, Alessandra Storlazzi, Vincenza Volpe) esplora la possibilità di valorizzare le basi informative ufficiali che negli ultimi anni sono state prodotte nella settore della gestione dei rifiuti dagli enti preposti in Italia. Il secondo contributo *La tassazione dei rifiuti e la tariffazione puntuale: riflessioni in termini di sostenibilità ambientale* (Maria Pia Nastri, Viviana Salerno) analizza l'applicazione dell'IRESA (Imposta regionale emissioni sonore aeromobili), esaminando dapprima sotto il profilo teorico e sistematico il corretto inquadramento giuridico di tale imposta nel sistema tributario nel rispetto dell'art. 53 Cost. Il terzo contributo, *La valutazione del-*

la performance di sostenibilità: il ricorso agli indicatori (Domenico Salvatore, Francesca Cappellieri, Eleonora Di Napoli) fornisce alcune evidenze sull'utilizzo degli indicatori nella valutazione della performance di sostenibilità aziendale, ed in secondo luogo, interpreta i dati dell'analisi testuale, allo scopo di fornire alcune importanti riflessioni sull'approccio quantitativo alla misurazione. Il quarto contributo *Una P.A. citizen driven per una migliore sostenibilità del Paese* (Umberto Costantini, Elisabetta Buononato, Giada Rainone) approfondisce il concetto di sostenibilità sociale, inteso come il complesso di azioni volte a raggiungere una maggiore equità e inclusione nella società, a rendere capillare la possibilità di accesso a servizi e infrastrutture e, in ottica visionaria, ad assottigliare le differenze esistenti tra diverse aree dello stesso paese, tra paesi europei e tra paesi a livello globale. Il quinto contributo *Turismo crocieristico italiano: scenari e trend dopo la pandemia globale. Il test case di MSC* (Antonio Coviello, Renato Somma) esplora gli scenari futuri e le tendenze del turismo crocieristico italiano all'indomani della pandemia globale, concentrandosi su alcuni casi aziendali. Il sesto contributo *I principi della riforma dei servizi pubblici locali* (Serena Sileoni) analizza i principi tradizionali dell'agire amministrativo e quelli più recenti relativi allo sviluppo sostenibile e alla promozione di investimenti in innovazione tecnologica. Il settimo contributo *La legislazione sui servizi pubblici locali* (Sergio Marotta) studia l'intero *excursus* della legislazione sui servizi pubblici locali, dai referendum del 2011 al decreto di riordino della disciplina dei servizi pubblici locali di rilevanza economica del 2022 ed analizza lo specifico percorso del servizio idrico integra-

to nell'ambito più generale dei servizi pubblici. L'ottavo contributo *Una nota su strutture di mercato e tassazione ambientale* (Marcello D'Amato, Riccardo Martina) propone un'analisi che consenta di individuare alcuni aspetti della complessa relazione esistente tra politiche di controllo dell'inquinamento, rappresentate da un intervento di politica tributaria nella forma di un'imposta unitaria sulle emissioni, e struttura del mercato. Il nono contributo *La responsabilità sociale delle imprese in mercati non concorrenziali: una nota sulle possibili determinanti e sugli effetti strategici* (Riccardo Martina, Iacopo Grassi) permette di rileggere i risultati della letteratura classica sulla delega strategica in un contesto caratterizzato dalla presenza, all'interno della proprietà dell'impresa di portatori di interessi diversi.

Ringraziamo tutti gli Autori che hanno preso parte all'iniziativa, offrendo il loro prezioso contributo ed il Centro Stampa che con instancabile impegno ha curato la stampa del lavoro e la sua diffusione.

Nella speranza che questo possa rappresentare un punto di inizio e non di approdo.

Lucio d'Alessandro

Turismo crocieristico italiano: scenari e trend dopo la pandemia globale. Il test case di MSC

Antonio Coviello, Renato Somma

1. **Premessa - Metodologia di ricerca ed analisi**

La sostenibilità ambientale nel turismo crocieristico e lo studio di alcuni casi applicativi è derivato da un'approfondita analisi di numerosi articoli scientifici, diversi report e una corposa normativa. Solo dopo aver effettuato un'approfondita review, costantemente aggiornata, si è deciso di soffermarsi su questo topic. Infatti, se da un lato il turismo si presenta come un topic multidisciplinare, dall'altro lato, invece, il turismo crocieristico si presenta come un settore purtroppo che non ha destato interesse nella ricerca, se non per alcuni articoli pubblicati negli ultimi anni soprattutto sulla gestione, l'evoluzione e il trend del settore (Kulkov et al. 2023). Nel presente lavoro si è deciso di indagare il settore del turismo crocieristico in termini di sostenibilità ed impatti ambientali in quanto le navi da crociera, pur rappresentano solo l'1% della flotta globale, risultino responsabili della produzione del 25% di tutti i rifiuti generati dalle navi mercantili. Considerando queste cifre, una crociera di una settimana genera oltre 50 tonnellate di rifiuti solidi ponendo le basi per la applicazione della metodologia della Carbon Footprint. Se si considera il topic principale "sostenibilità nel settore crocieristico", nel presente lavoro si è indagato su topic secondari strettamente interdipendenti, tra cui la normativa associata alla gestione degli stessi, il livello di interesse nella ricerca, la produzione

di impatti a carico della compagnia e a carico dal passeggero, la presenza di strumenti ufficiali per far comunicare a suddette compagnie e la consapevolezza ambientale del passeggero. Il presente lavoro ha prima affrontato l'analisi della normativa associata, su diversi ranghi, agli impatti e all'inquinamento delle attività marittime, tra le quali rientra il turismo, poi ha analizzato gli impatti generati nel settore crocieristico categorizzati secondo la normativa internazionale MARPOL 73/78 (1987) (IMO 2023), sino a proporre alcuni dati quantitativi della produzione di suddetti impatti per unità differenti, per passeggero, per crociera, per settimana di crociera, etc. In un secondo momento dopo aver effettuato una review articolata sui topic di ambiente, sostenibilità, imballaggi, carbon footprint e survey, è avendo riscontrato una carenza di studi in merito si è deciso quindi di proporre delle applicazioni.

L'approccio metodologico prevalentemente utilizzato nella definizione delle ipotesi di lavoro è di tipo quali-quantitativo e sostanzialmente fondato sull'analisi di case studies e di best practice. In particolare, per il mezzo del diffuso ricorso ai *focus group*, il lavoro di ricerca ha inteso focalizzare principalmente l'attenzione alla struttura ed al clima organizzativo delle Imprese crocieristiche. L'obiettivo che si pone questo lavoro risiede nell'osservazione del tipo di approccio (empirico, teorico, misto) che gli studiosi italiani di economia aziendale privilegiano, rispetto a quello preferito dagli stranieri. Lo studio è condotto esaminando anche una serie di contributi, scelti su un campione di riviste, che trattano di relazioni non competitive nell'impresa (ambiente interno) e tra imprese (ambiente esterno). Gli articoli esaminati sono collocati in uno schema di analisi che pone in relazione la finalità del lavoro con l'approccio utilizzato, ove la finalità e l'approccio rappresentano le variabili interpretative prescelte.

Da un punto di vista metodologico, pertanto, il presente lavoro si è strutturato in due parti distinte ma tuttavia correlate tra loro. Nella

parte prima sono stati analizzati i traffici su diverse scale geografiche, sono state passate in rassegna prima le fonti ufficiali di riferimento per il settore e poi sono stati delineati i sottili legami tra sostenibilità ambientale e turismo. Nella seconda parte sono stati descritti gli impatti, così come enuncia la normativa internazionale MARPOL 73/78 (IMO 2023) e poi è stata analizzata come caso studio la compagnia MSC in quanto rappresenta uno dei maggiori protagonisti nello scenario nazionale ed internazionale del turismo crocieristico con un numero di passeggeri nel 2022 di 2138K in 256 crociere in 73 paesi diversi (MSC 2022).

2. **Il turismo italiano: scenari e tendenze**

A seguito dell'interruzione della pandemia COVID, si prevede che il volume dei passeggeri delle navi da crociera raggiungerà il 106% del livello del 2019 nel 2023, con 31,5 milioni di crocieristi (CLIA 2023). Ciò contrasta con le previsioni dell'Agenzia specializzata delle Nazioni Unite dell'Organizzazione mondiale del turismo (UNWTO 2023), secondo cui gli arrivi di turisti internazionali nel 2023 saranno tra l'80% e il 95% dei livelli del 2019 (UNWTO 2023).

Si calcola che ogni aumento dell'1% dei crocieristi per la prima volta (viaggiatori internazionali che non hanno mai fatto una crociera) equivale a 4 milioni di nuovi crocieristi. L'Italia è la destinazione europea più ambita dalla clientela dei tour operator stranieri, come dichiarato dall'86,9% dei tour operator intervistati, come mostrato nella Figura 1 (ENIT-ISNART 2022).

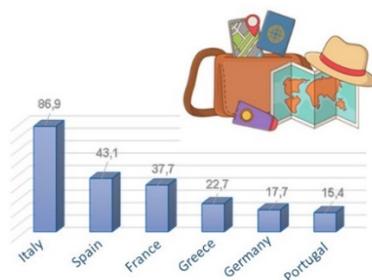


Figura 1. La destinazione europea più popolare per i tour operator stranieri (ENIT-ISNART 2022).

La quota di vendita dell'Italia nel 2021 è pari al 32,8% dei pacchetti commercializzati dai grandi operatori internazionali del turismo organizzato, dimezzata rispetto agli anni pre-Covid per il 64,2% dei tour operator. In particolare, tra i vari paesi di provenienza degli intermediati-turismo, il mercato italiano è protagonista in Francia (dove vale il 50% delle vendite 2021), Spagna (47,4%), Regno Unito (46,9%) e Paesi Bassi (47,7%) per l'Europa, e Corea (52,2%) e gli Stati Uniti (33,8%) per i mercati a lungo raggio (ENIT-ISNART 2022).

Il prodotto più venduto nel mercato intermediato per l'Italia è il turismo urbano in città di notevole interesse artistico e archeologico (57,3% degli Operatori Turistici censiti), secondo i tour itineranti (38,8%), terzo il soggiorno balneare (35%), al quarto posto il turismo enogastronomico (17,3%). Seguono i soggiorni in montagna (15,4%) e quelli dedicati allo sport (11,9%) (Figura 2) (ENIT-ISNART 2022).

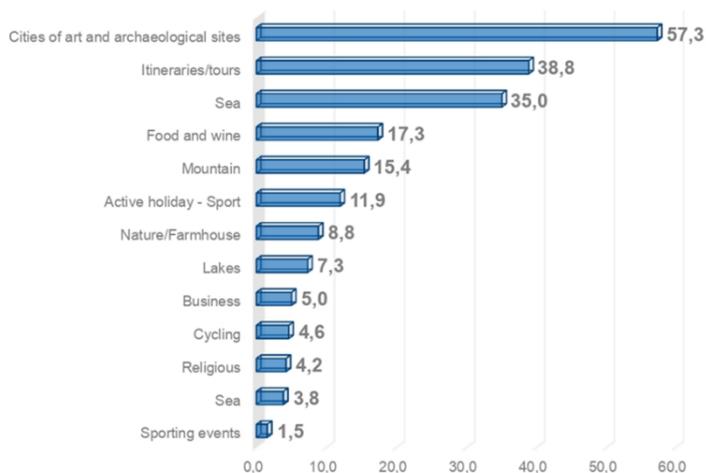


Figura 2. Principali attrazioni per i turisti in Italia (ENIT-ISNART 2022 -3).

L'economia mondiale ha registrato una ripresa significativa nel 2021 con una crescita del +5,9% (compensando il -3,1% nel 2020 causato dagli effetti della pandemia). Allo stesso modo, anche l'Italia ha visto nel 2021 un significativo rimbalzo rispetto all'anno precedente con un +22,7% nel turismo internazionale e un +21,6% nel turismo interno. Mancano ancora circa 23 miliardi di spesa estera e circa 18 miliardi di spesa degli italiani, ma la strada intrapresa sembra promettere risultati sempre più soddisfacenti. Ciò porterà per l'anno in corso, almeno per quanto riguarda alcune destinazioni, ad essere considerato un anno record per i movimenti turistici attivati in Italia (ISTAT 2022).

Italy's recovery in international markets compared to 2019
 International travelers to Italy: % recovery Jan-Set 2022 over Jan-Set 2019 volume

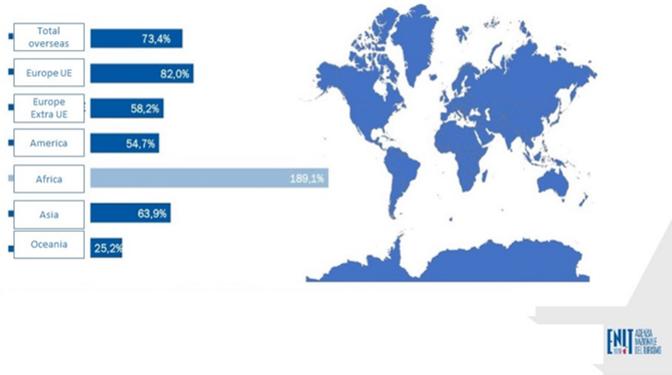


Figura 3. La ripresa dell'Italia sui mercati internazionali rispetto al 2019 (ISTAT, 2023).

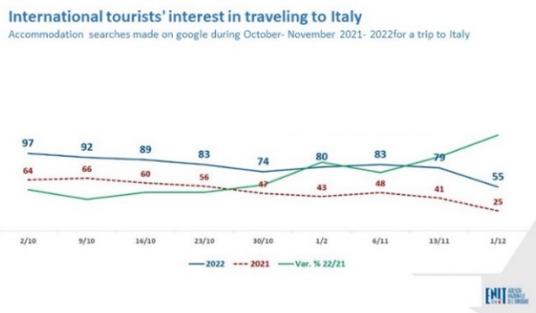


Figura 4. Interesse turistico internazionale nei viaggi in Italia (ISTAT 2023).



Figura 5. Monitoraggio prenotazioni voli aerei dall'estero per l'Italia Natale-Epifania (ISTAT 2023).

Come supportato dalle proiezioni e dalle rilevazioni relative ai dati rilevati sul traffico turistico internazionale (Figura 3), le ricerche di alloggi registrate (Figura 4), come dimostrato dai focus recentemente condotti (UNWTO 2023; ISTAT 2023).

3. Il turismo prima e dopo la pandemia di COVID-19: il turismo di lusso.

È interessante notare che prima del Covid-19, il turismo in Italia era uno dei pochi settori a registrare un trend positivo in un contesto nazionale caratterizzato da una diffusa stagnazione economica (Marasco et al. 2022). La personalizzazione, la richiesta di contenuti altamente esperienziali e una forte attenzione alla sostenibilità sono trend già presenti nel settore, ma per i quali si prevede un'accelerazione e una trasversalità più accentuata. (Coviello 2022).

I primi nove mesi del 2022 si sono chiusi con circa 174 milioni di presenze di clienti italiani e 164 milioni esteri (ISTAT 2023). Questi dati

indicano quindi una forte ripresa per il settore turistico in Italia, anche se l'occupazione alberghiera è stata di circa 39 milioni in meno rispetto al 2019 (-10,3%). Negli esercizi extralberghieri, invece, le presenze sono tornate ai livelli pre-pandemia (136 milioni nei primi 9 mesi del 2022 contro 139 milioni nello stesso periodo del 2019), certificando un sostanziale riequilibrio delle due componenti della domanda, con un calo rispettivamente del 6,7% dei turisti italiani e del 13,8% di quelli stranieri rispetto al 2019.

Le previsioni per il settore turistico nel 2023 potrebbero sancire definitivamente il successo della ripresa anche con il superamento dei numeri pre-pandemia del 2019, anno record per il settore con 436,74 milioni di pernottamenti (+1,8% rispetto al 2018) e 131,38 milioni di turisti (+2,6% rispetto al 2018). In sintesi, la ripresa dei viaggi turistici nei primi nove mesi del 2022 è stata trainata dalle vacanze brevi, con soggiorni da una a tre notti, che hanno registrato un aumento del 46,7 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (ISTAT 2022; 2023).

La categoria delle vacanze brevi, abbinate al turismo sostenibile e ai viaggi enogastronomici, continuano così a trovare conferme positive. Anche la "responsabilità sociale" rimane parte integrante per i clienti del turismo, compresi i clienti del lusso, e comprende qualcosa di più del semplice impatto ambientale: in particolare, l'80% dei clienti del lusso afferma di preferire marchi socialmente "responsabili", in particolare i turisti classificati generazionalmente come millennial. Inoltre, il 60% dei clienti del lusso ritiene che i marchi di lusso dovrebbero essere più coinvolti rispetto ad altri settori (Coviello 2022). Il mercato globale dei beni di lusso è cresciuto nel 2022, nonostante le condizioni di mercato incerte (Coviello 2022). È destinato a vedere un'ulteriore espansione fino al 2030, nonostante le turbolenze economiche globali. Dopo una forte contrazione nel 2020 a causa della pandemia di Covid-19, il mercato è rimbalzato a 1,15 trilioni nel 2021 e

ha sorpreso tutti nel 2022 con un'ulteriore crescita dal 19% al 21% nel 2022, secondo le stime (Figura 6) (Bain and Company 2022).

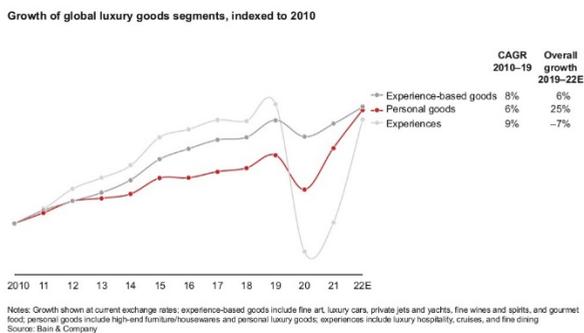


Figura 6. Il mercato globale del lusso si è ripreso dalla crisi del Covid-19, essendo cresciuto dell'8%-10% nel 2019 (Bain and Company 2022).

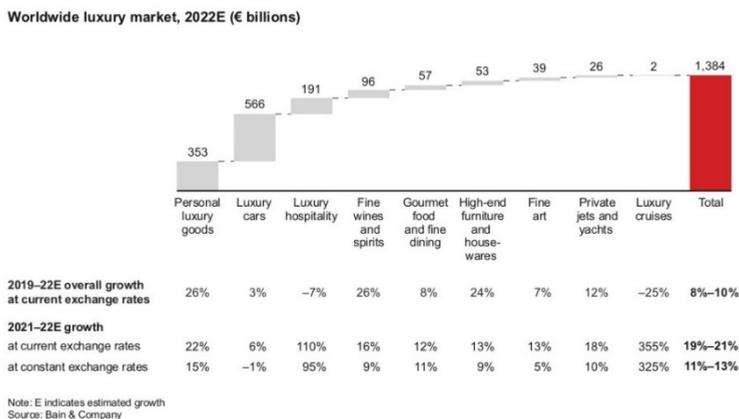


Figura 7. Mercato mondiale del lusso 2022 (miliardi di euro) (Bain and Company 2022).

Si prevede che la base di consumatori del mercato del lusso crescerà da circa 400 milioni di persone nel 2022 a 500 milioni entro il 2030, per un valore compreso tra 540 e 580 miliardi di euro entro la fine dell'attuale decennio, rispetto ai 353 miliardi di euro stimati nel 2022. (Figura 7). La quota dei clienti più importanti è in crescita e rappresenterà circa il

40% del valore di mercato nel 2022, rispetto al 35% dell'anno scorso. Questi consumatori sono affamati di prodotti ed esperienze unici, mettendo in moto le strategie VIC (*very important client*) dei marchi, incluso lo stesso settore delle crociere (Bain and Company 2022; Becker et al. 2018).

4. Turismo e sostenibilità

Tra le tante forme di turismo che meritano un approfondimento – turismo artistico-culturale, sportivo, montano, balneare, crocieristico e nautico, culturale, enogastronomico, religioso e congressuale –, il “turismo sostenibile” rappresenta una novità ed attrattiva per i turisti. Fornisce un nuovo modo di viaggiare da parte di chi presta molta attenzione al rispetto dell'ambiente, degli elementi naturali e delle comunità locali.

La vera definizione di “sostenibilità” avvicina il cliente-consumatore all’uso consapevole ed efficiente delle risorse ambientali come beni comuni, alla capacità di valorizzare le risorse umane e di contribuire allo sviluppo della comunità locale in cui opera, alla capacità di mantenere nel tempo uno sviluppo economico dell’impresa”¹.

Il turismo sostenibile, come definito dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMC), è una forma di viaggio che soddisfa le esigenze del cliente ma allo stesso tempo avvantaggia il Paese ospitante al fine di arricchire le opportunità per il suo sviluppo futuro. Chi lo pratica intende limitare il proprio impatto negativo sull'ambiente in termini di inquinamento e spreco di risorse e sostenere quelli che sono percepiti come autentici artigiani locali. Un numero significativo di turisti ha dimostrato di essere molto sensibile alle problematiche ambientali e

¹ Cfr. Comunicazione UE n. 681 del 2011, disponibile al seguente link: <https://eurex.europa.eu/LexUriServ/LexUrServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:it:PDF>).

alla preservazione dei luoghi e per questo gli investimenti in forme di turismo ambientalmente sostenibili potrebbero crescere in modo significativo. Le opzioni di turismo sostenibile spaziano da quelle economiche a quelle di lusso e possono assumere forme come agriturismo, turismo comunitario, ecoturismo, turismo umanitario, partecipativo, equo o responsabile,

Il turismo responsabile, invece, si riferisce ad una tipologia di turismo svolto secondo criteri di uguaglianza sociale e nel rispetto dei diritti umani affinché possano essere garantiti a tutti (così definiti dall'Associazione Italiana Turismo Responsabile - AITR). Si valuta quindi l'impatto etico del turismo sulla popolazione locale e il suo sviluppo economico e sociale.

Negli ultimi anni il turismo sostenibile è aumentato in Italia, con una gamma sempre maggiore di servizi innovativi che utilizzano terminologie come *“green”*, *“ecofriendly”* e *“decarbonation”* (Romano, 2014). Aumentano le strutture ecosostenibili a basso impatto ambientale e i tour che mettono in risalto i prodotti biologici dei territori (compresi quelli cosiddetti “Chilometraggio Zero”). I viaggi che promuovono spiagge “plastic free” o i “trekking” che promuovono l'idea di un turismo lento e a basso impatto dimostrano che sempre più viaggiatori in tutto il mondo sono alla ricerca di opzioni di turismo sostenibile. I fornitori di alloggi si sono adattati a questa nuova tendenza implementando una serie di azioni mirate alla sostenibilità come l'utilizzo di materiali, prodotti o fonti energetiche sostenibili, stipulare accordi e convenzioni con produttori locali per promuovere prodotti e servizi, promuovere la mobilità sostenibile, ecc. Requisito comune alle diverse declinazioni del turismo sostenibile è quindi la sua capacità di soddisfare le esigenze dei turisti e delle destinazioni, offrendo opportunità di sviluppo futuro sul piano ambientale, sociale, economico e culturale, in un contesto “più resiliente, sostenibile e inclusivo” come mostrato in Figura 8 (Shu-Yuan Pan 2018).



Figura 8 - Le diverse declinazioni del turismo sostenibile (Shu-Yuan Pan et al. 2018).

L'Agenda 2030 svolge un ruolo cruciale nell'orientare le politiche di questo settore verso la sostenibilità. Le Nazioni Unite hanno ufficialmente già dichiarato il 2017 "Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo". Eppure, nonostante l'interesse e l'attenzione che ha ricevuto, molti studi dimostrano che il turismo resta di fatto insostenibile su scala globale.

Tuttavia, anche nel settore dei viaggi e del turismo, i consumatori italiani si stanno dimostrando attenti all'ambiente, al punto da spendere di più per soggiorni a minore impatto ambientale. Un dato importante emerso da un recente sondaggio è che la maggioranza degli italiani oggi sembra essere disposta a pagare un premio per poter usufruire di servizi e operatori che lavorano in modo sostenibile. Circa la metà degli intervistati, infatti, dichiara di poter spendere entro il 10% in più, mentre circa il 20% arriverebbe addirittura al 15-20% in più. Tuttavia, i maggiori investimenti devono essere supportati da informazioni accurate e attendibili sulle attività e sulle iniziative degli operatori (Deloitte e AICEO 2022).

5. **Sostenibilità nel turismo crocieristico**

Le navi da crociera hanno un impatto ambientale negativo sulle città portuali. Mentre i porti per navi da crociera più inquinati in Europa sono Barcellona e Palma di Maiorca, i porti italiani di Venezia, Civitavecchia, Livorno, Napoli, Genova e La Spezia sono tra i più inquinati al mondo (Asero and Skoniexzny 2018; AISBL, 2019).

Allo stesso tempo, le compagnie di navi da crociera si concentrano sempre più sulla sostenibilità come strategia di marketing (Paiano et al. 2020). Molte compagnie di crociera offrono una varietà di programmi di escursioni a terra incentrati sulla sostenibilità in base ai criteri forniti dallo "Standard di settore" del *Global Sustainable Tourism Council*. La gamma di escursioni a terra sostenibili offre visite a parchi nazionali, centri di riabilitazione della fauna selvatica, fattorie biodinamiche e aziende sostenibili. Il trasporto per queste escursioni può includere passeggiate a zero emissioni di carbonio, ciclismo, *paddle boarding* o vela invece di un tour in autobus. Poiché le escursioni a terra sono di provenienza locale, creano posti di lavoro a beneficio delle comunità locali.

Come riportato di seguito nel business case esaminato, diverse compagnie di crociera (MSC Crociere e Costa Crociere, principalmente per gli italiani) stanno lavorando in una direzione più ecologica. MSC, ad esempio, ha dotato 13 delle sue 19 navi del sistema EGCS per ridurre le emissioni di ossido di zolfo delle navi del 97% attraverso un sistema di raccolta delle acque di lavaggio dei gas di scarico che può funzionare a circuito chiuso nel 74% degli ormeggi. Costa Crociere ha pubblicato nel 2021 il "Manifesto per il Turismo Sostenibile", 10 punti per aprire alle comunità locali le destinazioni degli itinerari delle proprie navi attraverso i quali la compagnia vuole dialogare con istituzioni, associazioni, aziende di settore e stakeholder in un'ottica di turismo sostenibile e inclusivo (Costa 2021).

Nonostante la pandemia, l'industria delle crociere ha continuato una ripresa responsabile con protocolli comprovati e ha sottolineato il suo valore sia per le comunità locali che per le economie nazionali di tutto il mondo. Dalla composizione delle flotte (innovative e sostenibili) alla gestione delle destinazioni, l'attenzione alla sostenibilità nel turismo crocieristico è testimoniata da numeri importanti. È stato stimato che entro il 2027 la flotta di navi da crociera oceaniche rifletterà progressi significativi nella ricerca del settore crocieristico per un futuro più pulito ed efficiente. Nel dettaglio: 174 navi da crociera saranno dotate di impianti elettrici da terra, 26 navi da crociera saranno alimentate a gas naturale liquefatto e l'81% della capacità globale sarà dotata di sistemi avanzati di trattamento delle acque reflue, perseguendo l'obiettivo di crociere a zero emissioni di carbonio entro 2050 (CLIA 2022).

I turisti che scelgono di viaggiare in crociera richiedono sempre più anche “sostenibilità” nei loro viaggi, con destinazioni di crociera al servizio delle comunità locali per beneficiare di attività di turismo responsabile. La collaborazione continua con le comunità locali nelle destinazioni visitate dalle navi da crociera rimane un aspetto chiave del settore crocieristico, così come il valore che genera.

In questo senso anche la Commissione Europea, attraverso il Pan-European Cruise Dialogue, sta lavorando per portare il turismo crocieristico a diventare quanto più sostenibile e resiliente possibile. In effetti, l'Europa stessa è il secondo mercato crocieristico più grande dopo il Nord America, sia come passeggeri che, come destinazione delle crociere (Commissione Europea 2022).

6. Il turismo crocieristico e la sua sostenibilità

Il turismo crocieristico è uno dei pochi fenomeni che ha mostrato una crescita significativa a livello mondiale negli ultimi anni, con un tasso

medio annuo superiore al 5% (più precisamente, 5,4%) nell'ultimo decennio, raggiungendo circa 30 milioni di passeggeri nel 2019, in aumento rispetto al 2019. 17,8 milioni di passeggeri nel 2009 (Figure 9 e 10).

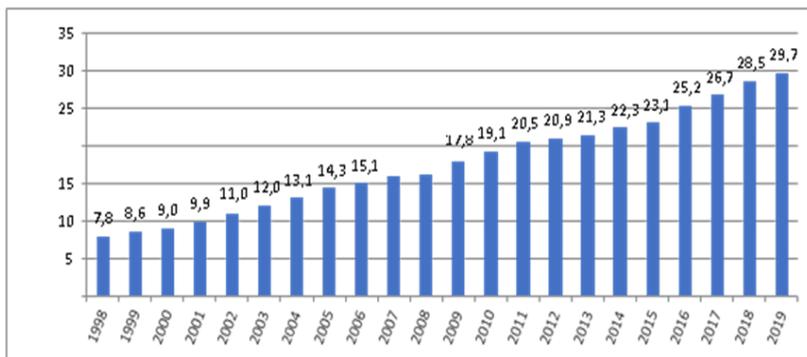


Figura 9. Evoluzione della domanda mondiale di crociere in milioni di passeggeri (1998-2019) (CLIA, 2022).

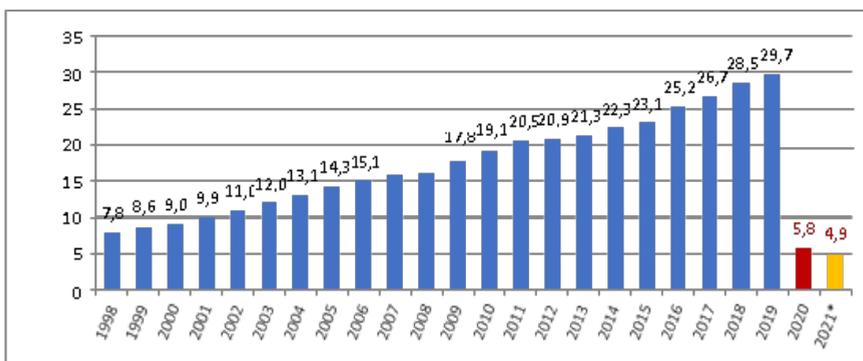


Figura 10. Evoluzione della domanda mondiale di crociere (1998-2020 + previsione 2021*) *2021: media stimata tra 4,5 e 5,3 milioni di imbarchi (CLIA 2022).

Pur rappresentando solo il 2% del turismo mondiale, il settore crocieristico occupa una posizione strategica nello scenario economico internazionale, con effetti positivi diretti, indiretti e indotti. Infatti, solo nel 2019, il contributo totale del settore crocieristico all'economia

globale (somma degli effetti diretti, indiretti e indotti) è stato di circa 154,46 trilioni di dollari (+ 3% rispetto al 2018), a fronte di 29,7 milioni di crocieristi imbarcati e di una stima 95,8 milioni di passeggeri in transito nei vari scali del pianeta (CLIA 2020).

Grazie alla crescita sempre più importante delle dimensioni e del numero delle navi da crociera, il turismo crocieristico sta alimentando e stimolando la domanda attraverso il costante aumento dell'offerta ricettiva (la cosiddetta natura “supply-driven” del business crocieristico). I numeri parlano chiaro: i posti letto sulle navi sono passati da 185.000 nel 1998 a circa 685.000 nel 2021 (Cruise industry news 2020). Ma si prevede un ulteriore aumento, con circa 160.000 nuovi posti barca (tra il 2022 e il 2027), numeri che potranno essere raggiunti attraverso 76 nuove costruzioni navali commissionate, per un valore complessivo di circa 50 trilioni di dollari (Cruise industry news 2023).

L'industria cantieristica europea può contare su una posizione di leadership a livello mondiale grazie ai numerosi cantieri navali specializzati sia nella costruzione che nella riparazione e manutenzione. Infatti, delle 141 navi entrate in servizio tra il 2010 e il 2021, ben 130 sono state costruite in Europa (il 93%), mentre altre 69 (il 91% del portafoglio ordini globale) saranno consegnate tra il 2022 e il 2027 per un valore stimato di circa 48 trilioni di dollari (Cruise industry news 2023).

7. Le destinazioni del turismo crocieristico ed il ruolo dell'Italia

Non è un caso che gli orari di arrivo e partenza delle navi vengano stabiliti con i porti delle città di destinazione fino a tre anni in anticipo, e che la maggior parte dei passeggeri partecipi alle escursioni a terra organizzate dalle compagnie di crociera con fornitori locali, fornendo

alle destinazioni informazioni in anticipo sui flussi turistici in modo che tutto il lavoro possa essere pianificato di conseguenza. È infatti risaputo che la collaborazione attiva con porti e destinazioni aiuta a massimizzare i benefici del turismo per le comunità.

Le iniziative di turismo collaborativo e sostenibile guidate dall'industria delle crociere, dalle destinazioni, dai porti, dalle organizzazioni e dalle parti interessate stanno aiutando a raggiungere obiettivi comuni per preservare l'integrità, il patrimonio e la bellezza delle destinazioni più apprezzate del mondo, come l'Italia, per le generazioni future (Figura 11). Sono proprio le generazioni più giovani a rappresentare un forte potenziale per i viaggiatori che decidono di intraprendere viaggi nei paesi di origine, cioè quei viaggiatori le cui famiglie hanno lasciato il proprio Paese per vivere altrove e che ora decidono di visitare i luoghi di origine delle loro famiglie; il fenomeno è noto come "turismo delle radici", che sta conoscendo un notevole sviluppo (Coviello 2021).

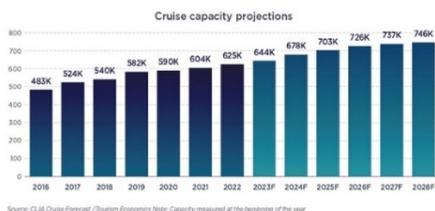


Figura 11. Stato del settore crocieristico (CLIA 2023)

Molti Paesi stanno cercando di implementare il turismo crocieristico come motore di sviluppo locale, soprattutto attraverso adeguati piani di investimento. È infatti fortemente legato allo sviluppo del territorio, di cui è promotore e beneficiario.

Lo sviluppo territoriale, infatti, appare rafforzato dalla promozione delle destinazioni turistiche, attuata sia dalle compagnie di navigazione (attraverso l'offerta dei propri prodotti/servizi attraverso cataloghi,

pubblicità, ecc.), sia dal tradizionale “passaparola” dei crocieristi soprattutto attraverso il potente veicolo dei canali social.

Sono proprio i clienti più giovani (Gen Y e Gen Z) che continuano a trainare la crescita del turismo e insieme rappresenteranno la novità (nonché la “scommessa” dei tour operator) del mercato (Coviello 2021). Sono proprio i "Millennials" e la "Generazione Z" (i nati tra il 1980 e il 2021, ndr) nonostante la loro giovane età, o sono parte attiva del turismo crocieristico o influenzano radicalmente le scelte d'acquisto di parenti e parenti - in -legge (Coviello 2021).

Più nel dettaglio, la clientela dei Tour Operator che propongono l'Italia è composta da turisti della generazione “X” (tra i 40 e i 60 anni) per il 39,9%, target che grava soprattutto sul mercato britannico, ceco e ungherese, sul mercato Mercati statunitense, giapponese, australiano e brasiliano; i “baby boomers” (60-70 anni) per il 25,8% e interessano soprattutto tra i clienti dei T O. di Francia, Norvegia, Germania, Austria e Australia; “Y” (tra i 26 ei 40 anni) per il 18,6%, con quote più elevate nei mercati indiano, brasiliano, spagnolo e polacco; gli “anziani” over 70 per il 9%, soprattutto in Finlandia e Giappone; i giovanissimi della “generazione Z” (under 26) per il 6,6%, con un peso maggiore nei mercati canadese e polacco come evidenziato in Figura 11 (ENIT-ISNART 2023).

Per quanto riguarda il turismo crocieristico più nello specifico, le generazioni più giovani rappresentano il futuro delle crociere: l'88% dei Millennial e l'86% dei viaggiatori della Gen-X che hanno già fatto una crociera in precedenza, affermano di voler tornare a farlo (CLIA 2023). I millennial sono i più interessati, così come lo sono le altre generazioni contemplate. Per attirare più crocieristi alle prime armi e soddisfare le esigenze dei crocieristi abituali, le compagnie di crociera offrono sia crociere più brevi che crociere più lunghe. Di conseguenza, mentre la durata media della crociera rimane di 7 giorni, la gamma di opzioni di durata della crociera si è ampliata.

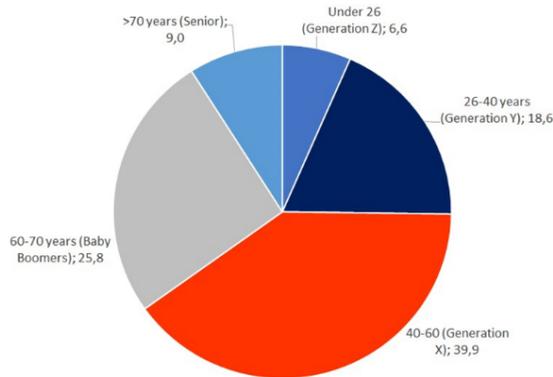


Figura 12. Identità del turista straniero che sceglie un viaggio organizzato in Italia (UNWTO 2023).

Così come sicuramente è sempre il bacino del Mediterraneo (dopo i Caraibi) a rappresentare il maggior business per gli operatori del settore, con il 17% della capacità totale mondiale ospitata nelle sue acque, ovvero il 61% dell'offerta totale di posti letto localizzati in Europa. (33 milioni) (Assiterminal 2022).

Osservando con attenzione la classifica dei porti del Mediterraneo che movimentano i maggiori flussi turistici legati alle crociere, Barcellona si distingue al primo posto, seppure con poco scostamento dalla performance di Civitavecchia, ora al secondo posto.

I due porti condividono anche cambiamenti simili rispetto all'anno precedente: +320-325% di passeggeri movimentati e +190% di navi toccate.

Seguono Marsiglia (1,4 milioni di passeggeri), Palma di Maiorca (1,3 milioni di crocieristi).

Subito dopo, al 5° posto, c'è il porto di Napoli, che mostra una crescita che appare in costante aumento (Tabella 1).

Traffico 2022				Variazione % sul 2021	
#	Porto	Passeggeri	Ormeggi	Passeggeri	Ormeggi
1	Barcellona	2.329.332	807	324%	191%
2	Civitavecchia	2.172.438	783	319%	186%
3	Marsiglia	1.474.707	572	319%	255%
4	Palma Di Maiorca	1.377.413	504	300%	122%
5	Napoli	1.144.246	467	354%	203%
6	Genova	1.081.178	328	160%	131%
7	Pireo*	850.000	748	180%	97%
8	Santorini	829.217	687	697%	260%
9	Mykonos	685.918	608	240%	141%
10	Valenza	623.169	289	376%	204%
11	Palermo	554.279	238	432%	183%
12	Corfù	527.000	392	125%	96%
13	La Spezia	524.109	172	386%	192%
14	Savona	490.389	149	179%	126%
15	La Valletta	489.571	283	233%	164%
16	Livorno	437.959	238	677%	310%
17	Trieste	424.531	183	2283%	184%
18	Cattaro	418.174	432	4476%	575%
19	Bari	410.846	185	3332%	918%
20	Ajaccio	390.000	223	1468%	298%
	TOP 20 Porti	17.233.630	8.287	296%	174%

Tabella 1. Traffico nei primi 20 porti del Mediterraneo 2022 e variazione % - 2021 (Schembari et al. 2023).

Nel 2022 si stima che l'Italia abbia accolto quasi 9,3 milioni di passeggeri (+257,5% nel 2022/2021): valori ancora lontani dal trend registrato nell'ultimo decennio, con il record del 2019 di 12,3 milioni di passeggeri (-24%). Sono invece superati i livelli di traffico del 2009, quando furono accolti 8,9 milioni di passeggeri (Schembari et al. 2023).

Lo studio dell'impatto ambientale del turismo crocieristico su scala planetaria è focalizzato principalmente sulle seguenti matrici ambientali: terra, mare e atmosfera. Per quanto riguarda l'impatto sul

sistema terrestre, esso si concentra principalmente sul corretto smaltimento dei rifiuti delle navi e dei rifiuti generati dai turisti durante le visite turistiche a terra. D'altra parte, l'ambiente marino è fortemente influenzato dallo scarico di liquami e rifiuti delle navi da crociera, che possono compromettere seriamente la sopravvivenza dell'ecosistema marino (Carić e Mackelworth 2014; Johnson 2002; Klein 2011). Infine, il turismo crocieristico ha anche una forte impronta sull'ambiente atmosferico a causa delle emissioni di gas delle navi da crociera, come le emissioni di gas serra (Howitt et al. 2009), PM₁₀ (Schembari et al. 2014), PM_{2,5}, NO₂ e SO₂ (Poplawski et al. 2011; Murena et al. 2018; Toscano et al. 2022). Per far fronte all'impatto ambientale delle navi da crociera e di altre imbarcazioni, i paesi internazionali e portuali hanno promulgato una serie di normative pertinenti. Ad esempio, il Regolamento internazionale per la prevenzione dell'inquinamento provocato dalle navi (MARPOL) prevede che, dopo il 2020, l'olio combustibile con un contenuto di zolfo non superiore allo 0,5% e non superiore allo 0,1% nella zona di controllo delle emissioni (ECA).

8. Il caso di studio MSC

L'efficienza energetica delle flotte da crociera appartenenti alle diverse compagnie di crociera rappresenta un importante passo avanti per la sostenibilità ambientale anche con l'obiettivo di raggiungere un budget di emissioni prossimo allo zero. Questa è iniziata nell'ultimo decennio su scala planetaria e sta facendo passi da gigante, e negli ultimi cinque anni sono stati raggiunti notevoli risultati in termini di emissioni in atmosfera. Nel 2021, ad esempio, a seguito di studi avanzati sulle misure di efficienza energetica su MSC Grandiosa, le emissioni sono state ridotte dell'8% rispetto alle prestazioni di progettazione (MSC 2022).

Ovviamente, questi benefici sarebbero massimizzati se applicati all'intera flotta crocieristica di MSC e in ugual misura a quelle in corso. Lo scopo di tutti gli sforzi del settore crocieristico deve essere quello di stabilire un modello di business che sia in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi e degli SGS. Il fattore decisivo a tal fine è il passaggio a tecnologie di propulsione a impatto climatico zero entro il 2040 o prima. Allo stesso tempo, la capacità innovativa delle misure di protezione può diventare il modello per tutta la navigazione marittima (NABU 2022).

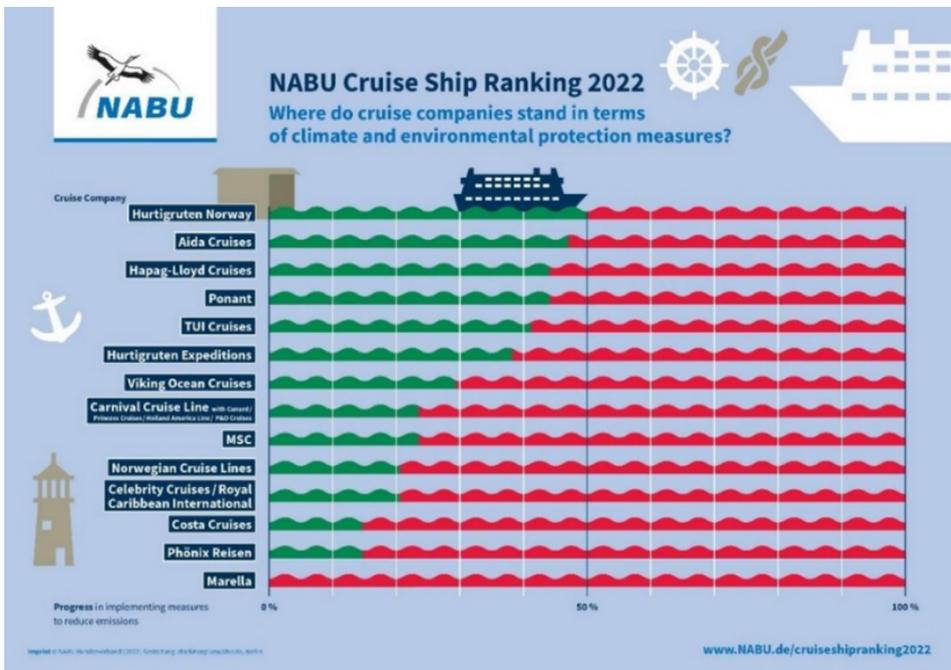


Figura 14. Dove si posizionano le compagnie di crociera in termini di misure di protezione del clima e dell'ambiente? (Nabu 2022).

In questo contesto esaminiamo brevemente il caso della MSC, che ha optato per un programma a lungo termine per limitare le emissioni atmosferiche di SOx, NOx e particolato, in particolare nei porti.

A partire dalla fine del 2021, 14 navi da crociera sono dotate di sistemi ibridi di depurazione dei gas di scarico, che hanno ridotto le emissioni di SOx del 98%. Inoltre, le tre navi più nuove sono dotate di convertitori catalitici selettivi, che convertono gli NOx in azoto e acqua innocui (MSC 2022)

Entro la fine del 2021, sette delle 19 navi, comprese tutte le nuove, saranno dotate di alimentazione da terra. Ciò consente di spegnere i motori di bordo, riducendo le emissioni ogni volta che è disponibile l'energia da terra.

Questo punto rappresenta un collo di bottiglia in quanto i porti italiani che ospitano navi da crociera nei prossimi anni dovranno dotarsi di sistemi di alimentazione elettrica che possano essere forniti alle navi durante le ore di permanenza nei porti andranno a costituire un beneficio per la qualità dell'aria delle città immediatamente adiacenti alle aree portuali.

Allo stesso tempo, per ridurre il più possibile le emissioni durante questa fase di transizione energetica, sarà sempre più importante attivare una forte sinergia con i fornitori di tecnologia per supportare e testare nuovi sistemi energetici e nuovi carburanti a emissioni ridotte o nulle.

Infine, lavorare a stretto contatto con i governi per incoraggiare misure politiche efficaci a sostegno di una transizione a livello di settore è anche una pietra miliare per ottenere risultati nella riduzione delle emissioni atmosferiche. Il caso della flotta MSC mostra che dalla fine del 2019 la compagnia di bandiera è riuscita a ridurre l'intensità delle emissioni di anidride carbonica del 28% rispetto al 2008.

Sebbene la pandemia abbia interrotto la capacità di monitorare con precisione i miglioramenti dell'intensità di carbonio della flotta,

attualmente si stima che l'IMO (Organizzazione marittima internazionale) ridurrà del 40% entro il 2027, tre anni prima rispetto alla data del 2030 fissata dall'IMO e adottata come obiettivo dall'IMO-CLIA (Associazione Internazionale delle Linee di Crociera).

L'IMO sta ora stabilendo nuovi e più specifici requisiti per le flotte esistenti attraverso gli standard EEXI (Energy Efficiency Existing Ship Index) e Carbon Intensity Index (CII). (CII). L'indice di efficienza energetica per le navi (EEXI) è una misura una tantum delle prestazioni di progettazione delle navi esistenti, mentre il CII è una misura annuale dell'efficienza operativa, che diventa misura annuale dell'efficienza operativa, che diventa sempre più anni. MSC Crociere sta monitorando le prestazioni esistenti rispetto alle future CII e ai livelli di conformità richiesti, consentendo la pianificazione necessaria prima che i requisiti entrino in vigore nel 2023.

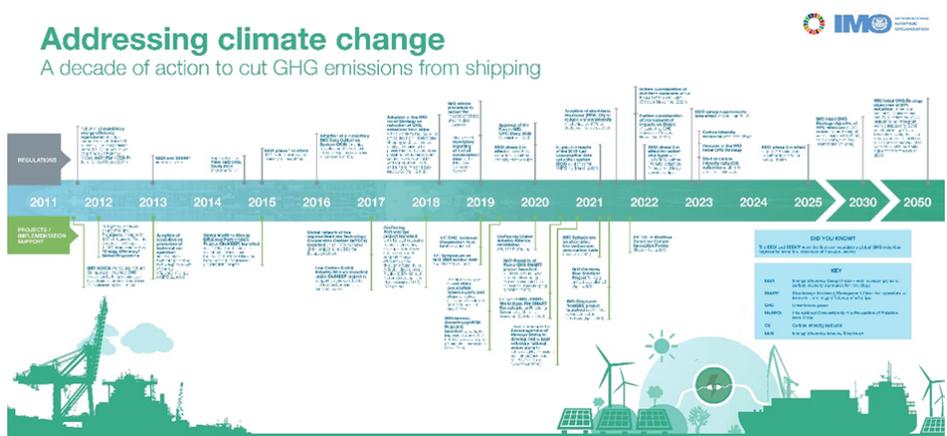


Figura 15 - Affrontare il cambiamento climatico (IMO 2020).

In termini di EEXI, si prevede che le prestazioni operative delle nostre navi più nuove come MSC Seashore e MSC Virtuosa avranno prestazioni operative delle nostre navi più recenti di circa il 15-25% in meno rispetto

agli obiettivi fissati dall'IMO (2020). Tutte le nuove navi devono soddisfare l'IMO Energy Efficiency Design Index (EEDI), che richiede un design che soddisfi un livello minimo di efficienza energetica che aumenta di rigore ogni cinque anni, incoraggiando l'innovazione continua e lo sviluppo tecnico. Varata nel 2021, MSC Virtuosa – nave gemella di MSC Grandiosa e parte della seconda generazione della classe Meraviglia – rientra nel livello di rigore della Fase I allineato con l'inizio della sua costruzione. Le sue prestazioni di progettazione hanno consentito un punteggio EEDI di 7,35, circa il 40% più efficiente rispetto ai requisiti EEDI IMO in questa fase e il 15% più efficiente rispetto ai requisiti più rigorosi. Osservazioni conclusive e future opportunità di ricerca. Il turismo crocieristico è uno dei pochi settori che ha mostrato una crescita significativa a livello mondiale negli ultimi anni. Si prevede che il volume dei passeggeri delle crociere raggiungerà il 106% dei livelli del 2019 nel 2023, con 31,5 milioni di crocieristi.

Tra i diversi Paesi fonte del turismo intermediato, il mercato italiano ricopre un ruolo di primo piano. Se si considera che ogni aumento dell'1% dei crocieristi per la prima volta (viaggiatori internazionali che non hanno mai fatto una crociera) equivale a 4 milioni di nuovi crocieristi, ci si rende conto dell'importanza strategica di conquistare nuovi clienti.

Tenendo conto che prima del Covid-19 il turismo per l'Italia era uno dei pochi settori a registrare un trend positivo in un contesto nazionale caratterizzato da una diffusa stagnazione economica, ecco che l'offerta turistica crocieristica si pone come opportunità di sviluppo dei territori locali e l'economia locale, non limitata solo ai porti di ricezione delle navi (Coviello 2020; ENIT 2021).

La personalizzazione dell'offerta di crociere, la domanda di contenuti altamente esperienziali e l'attenzione alla sostenibilità sono tendenze che dovrebbero accelerare. Mentre le navi nuove e moderne hanno

contribuito a ridurre l'impatto ambientale, il caso proposto da MSC dimostra anche un impegno verso un turismo più sostenibile.

Lo studio dell'impatto ambientale del turismo crocieristico su scala planetaria è focalizzato principalmente sulle seguenti matrici ambientali: terra, mare e atmosfera. Per quanto riguarda l'impatto sul sistema terrestre, esso si concentra principalmente sul corretto smaltimento dei rifiuti delle navi e dei rifiuti generati dai turisti durante le visite turistiche a terra. D'altro canto, l'ambiente marino è fortemente influenzato dallo scarico di liquami e rifiuti delle navi da crociera, che possono compromettere gravemente la sopravvivenza dell'ecosistema marino.

L'efficienza energetica delle flotte da crociera afferenti alle diverse compagnie di crociera rappresenta un importante passo avanti per la sostenibilità ambientale anche con l'obiettivo di raggiungere un budget di emissioni prossimo allo zero. Questo percorso, iniziato nell'ultimo decennio su scala planetaria, sta facendo passi da gigante e negli ultimi cinque anni sono stati raggiunti risultati notevoli in termini di emissioni in atmosfera.

Bibliografia

- AISBL. 2019. “Trasporti e ambiente. Una sola azienda per inquinarli tutti”, *Federazione europea per i trasporti e l'ambiente*.
- ASSITERMINAL. 2024. “L'Italia ed il mercato crocieristico, Proposta rimangono DL 27 gennaio 2022 nr.4”, In Senato della Repubblica 2022 Assiterminal, Disponibile online, https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/documento_evento_procedura_commissione/files/000/422/507/ASSITERMINAL.pdf
- ASERO, V., & SKONIECZNY, S. 2018. “Cruise Tourism and Sustainability in the Mediterranean. Destination Venice”. *Mobilities, Tourism and Travel Behavior – Context and Boundaries*, Leszek Butowski Intech: 93-106
- BAIN & COMPANY E FONDAZIONE ALTAGAMMA. 2019. *Otto temi che stanno riscrivendo il futuro dei beni di lusso*, (1ª 18a edizione, 2020).
- BAIN & COMPANY. 2022 *Rinascimento nell'incertezza: il lusso si basa sulla sua ripresa*.
- BECKER, K.L., JUNG, W., & NOBRE, H.M. 2018. “The Concept of Luxury Brands and the Relationship Between Consumer and Luxury Brands”. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 5 (3):51-63.
- CARIĆ, H., MACKELWORTH, P. 2014. “Cruise Tourism environmental impacts – The perspective from the Adriatic Sea”. *Ocean & Coastal Management*, 102:350-363.
2023. *State of The Cruise Industry*, pp. 48 Retrieved February 19, 2023: [2023-clia-state-of-the-cruise-industry-report_low-res.ashx \(cruising.org\)](https://www.cruising.org/state-of-the-cruise-industry-report_low-res.ashx)
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA). 2022. Associazione Internazionale delle Linee di Crociera. *State of the Cruise Industry Outlook*. Retrieved February 19, 2024 (https://www.cruising.org/-/media/clia-media/research/2022/clia-state-of-the-cruise-industria-2022_updated.ashx)
- COMMISSIONE EUROPEA. 2022. *Secondo dialogo paneuropeo sulle crociere: la strada verso un turismo crocieristico sostenibile*, Retrieved February 19, 2024 (https://oceans-and-fisheries.ec.europa.eu/news/2nd-pan-european-cruise-dialogue-road-sustainable-cruise-tourism-2022-03-01_en)

COSTA CROCIERE. 2021. *Il potere buono del viaggio. Rapporto di sostenibilità 2021*. pp. 116, Retrieved February 19, 2024
<http://www.costacruises.co.uk/sustainability/the-sustainability-report.html>

COVIELLO, A. 2021. *Il Turismo di lusso: scenari e trend*, in *Rapporto sul turismo italiano – XXIV Edizione 2021*, a cura di Morvillo A., Becheri E., CNR Edizioni, Roma. Retrieved February 19, 2024 <https://www.iriss.cnr.it/files/XXIV-Rapporto-sul-Turismo-Italiano.pdf>

COVIELLO, A. 2022. *Il Turismo di lusso nella scelta dei consumatori*, in *Rapporto sul turismo italiano. XXV Edizione 20202-2022*, a cura di Marasco A., Maggiore G., Morvillo A., Becheri E., CNR EDIZIONI, ROMA. Retrieved February 19, 2024 [Pubblicato il nuovo report sul comparto 'turismo di lusso' - Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo \(cnr.it\)](https://www.iriss.cnr.it/files/XXV-Rapporto-sul-Turismo-Italiano-20202-2022.pdf)

COVIELLO, A. 2021. *Il turismo di lusso: caratteristiche e potenzialità*, in XXIV “Rapporto sul turismo italiano” a cura di Becheri E., Morvillo A., Edizioni CNR. Retrieved February 19, 2024 <https://www.iriss.cnr.it/turismo-di-lusso-al-centro-della-bmt-2021/>

COVIELLO, A. 2020, *L'emergenza e le scelte balneari*, in *Almanacco della Scienza del CNR*, n.15, 2020 <https://www.cnr.it/it/almanacco?page=19>

CRUISE INDUSTRY NEWS. 2020. *Rapporto annuale sullo stato del settore*. Retrieved February 19, 2024 [Cruise Industry News Annual Report and Industry Growth Forecast – Cruise Industry News | Cruise News](https://www.cruiseindustrynews.com/flip/23annualreport/mobile/index.html)

CRUISE INDUSTRY NEWS. 2023. *Notizie dal settore delle crociere*. Rapporto annuale 2023 sulle novità del settore crociere, edizione 36th Retrieved February 19, 2024
<https://www.cruiseindustrynews.com/flip/23annualreport/mobile/index.html>

DELOITTE & AICEO. 2022. *Obiettivo sostenibilità. Nuove traiettorie di sviluppo per il turismo italiano*, pp. 49 Retrieved February 19, 2024
<https://www2.deloitte.com/it/it/pages/consumer-business/articles/obiettivo-sostenibilita-turismo-italiano.html>

ENIT. 2021. *Situazione COVID-19 nel mondo Relazione a cura di Ufficio Studi, ENIT*. Retrieved February 19, 2024 [www.aptservizi.com/wp-content/uploads/2021/03/2021_02_ENIT-Situazione -sedi-estere.pdf](http://www.aptservizi.com/wp-content/uploads/2021/03/2021_02_ENIT-Situazione-sedi-estere.pdf)

ENIT-ISNART. 2022. *Monitoraggio del mercato dei viaggi intermediati con focus sulla vendita di proposte turistiche enogastronomiche e Indagini Nazionali sul*

Turismo italiano. Retrieved February 19, 2024 www.isnart.it/economia-del-turismo/indagini-nazionali/indagine-2022/#descinda

ENIT. 2023 *Bollettini Focus mensili: Focus Natale ed Epifania Approfondimenti sull'andamento ISTAT del turismo.*, (2023). Retrieved February 19, 2024 <https://www.enit.it/it/bollettino-enit-focus-natale-epifania>

ABRATE, G., ERBETTA, F., FRAQUELLI, G., & VANNONI, D. 2015. "The cost of corruption in the Italian solid waste industry". *Industrial and Corporate Change*, 24(2): 439-465.

IMO. 2020. "Fourth Greenhouse Gas Study 2020" Retrieved February 19, 2024 <https://www.imo.org/en/OurWork/Environment/Pages/Fourth-IMO-Greenhouse-Gas-Study-2020.aspx>

IMO. 2023. *International Convention for the Prevention of Pollution from Ships (MARPOL)* Retrieved February 19, 2024 [https://www.imo.org/en/about/Conventions/Pages/International-Convention-for-the-Prevention-of-Pollution-from-Ships-\(MARPOL\).aspx](https://www.imo.org/en/about/Conventions/Pages/International-Convention-for-the-Prevention-of-Pollution-from-Ships-(MARPOL).aspx)

ISTAT. 2022. *Annuario statistico italiano e Bollettini mensili di statistica*, (2022). Retrieved February 19, 2024 <https://www.istat.it/it/archivio/277962>

ISTAT. 2023 *Annuario statistico italiano e Bollettini mensili di statistica, Istituto nazionale di statistica*. Retrieved February 19, 2024 <https://www.istat.it/storage/ASI/2022/capitoli/C19.pdf>

KLEIN, R.A. 2011. "Responsible Cruise Tourism: Issues of Cruise Tourism and Sustainability". *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 18:107-116

KULKOV, I., HELLSTRÖM, M., TSVETKOVA, A., & MALMBERG, J. 2023. Sustainable Cruise Tourism: Systematic Literature Review and Future Research Areas. *Sustainability*, 15(10), 8335.

JOHNSON, D. 2002. "Environmentally sustainable cruise tourism: a reality check". *Marine Policy*, 26:261-270.

MARASCO, A., MAGGIORE, G., MORVILLO, A., & BECHERI, E. 2022. Rapporto sul turismo italiano, XXV Edizione 2020-2022, edizioni CNR, Roma. Retrieved February 19, 2024 [XXV Edizione 2020-2022 del Rapporto sul Turismo Italiano - Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo \(cnr.it\)](https://www.cnr.it/it/XXV-Edizione-2020-2022-del-Rapporto-sul-Turismo-Italiano-Istituto-di-Ricerca-su-Innovazione-e-Servizi-per-lo-Sviluppo-cnr-it)

MSC. 2022. *The future of Cruising Sustainability Report*. 2022., pp. 66, Retrieved February 19, 2024 www.msccruises.ie/-/media/global-contents/about-msc/sustainability/msc-cruises-sustainability-report-2022.pdf

- MURENA, F., MOCERINO, L., QUARANTA, F., & TOSCANO, D. 2018. "Impact on air quality of cruise ship emissions in Naples, Italy" *Atmospheric Environment*, 187:70-83.
- NABU. 2022. *Tabella di marcia: crociera rispettosa del clima e dell'ambiente*, Retrieved February 19, 2024
https://en.nabu.de/imperia/md/content/nabude/verkehr/220331_nabu_kreuz_fahrtvision_infoblatt_en.pdf
- PAIANO, A., CROVELLA, T., & LAGIOIA, G. 2020. "Managing sustainable practices in cruise tourism: the assessment of carbon footprint and waste of water and beverage packaging" *Tourism Management*, 77, 104016.
- PAN, S. Y., GAO, M., KIM, H., SHAH, K. J., PEI, S. L., & CHIANG, P. C. 2018. "Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy". *Science of the total environment*, 635: 452-469.
- POPLAWSKI, K., SETTON, E., MCEWEN, B., HREBENYK, D., GRAHAM, M., & KELLER, P. 2011. "Impact of cruise ship emissions in Victoria, BC, Canada". *Atmospheric Environment*, 45(4):824-833.
- ROMANO, A., & YANG, Z. 2021. "Decarbonisation of shipping: A state of the art survey for 2000-2020". *Ocean & Coastal Management*, 214, 105936.
- SCHEMBARI, A., BOVE, M.C., CUCCIA, E., CAVALLI, F., HJORTH, J., MASSABÒ, D., NAVA, S., UDISTI, R., & PRATI, P. 2014. "Source apportionment of PM₁₀ in the Western Mediterranean based on observations from a cruise ship". *Atmosphere Environment*, 98:510-518.
- SCHEMBAR, A., NIEUWENHUIJSEN, M., SALVADOR, J., DE NAZELLE, A., CIRACH, M., DADVAND, P., BEELEN, R., HOEK, G., BASAGAÑA, X., & VRIJHEID, M. 2014. "Traffic-Related Air Pollution and Congenital Anomalies in Barcelona". *Environ. Health Perspectives*, 122(3):317-23.
- TOSCANO, D., MURENA, F., QUARANTA, F., & MOCERINO, L. 2022. "Impact of ship emissions at a high receptor point in the port of Naples". *Atmospheric Environment*, 286, 119253.
- UNWTO. 2023. *UN Tourism Barometer*. Retrieved February 19, 2024
<https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>.

Presentazione degli autori

Elisabetta Buononato è Dottoranda del XXXVII ciclo sugli ambiti di interazione e integrazione tra le scienze umane e le tecnologie avanzate - Humanities and Technologies: an integrated research path - presso l'Università Suor Orsola Benincasa. Cultore della materia in Marketing, Teoria e tecniche delle analisi di mercato e Comunicazione pubblica. Esperienza per i settori B2B e B2C in relazioni pubbliche e customer care.

Francesca Cappellieri è Ricercatore di Economia aziendale presso l'Università Suor Orsola Benincasa. Ph.D. in Scienze Economiche e aziendali. E' stata Visiting Student presso l'Università di Amsterdam. Docente di Contabilità e Bilancio, Programmazione e Controllo, Storytelling with data. La sua ricerca abbraccia tematiche relative alla rendicontazione di sostenibilità, la rendicontazione finanziaria e la corporate governance.

Umberto Costantini è Docente di Teoria e tecniche delle analisi di mercato e di Green Marketing Università Suor Orsola Benincasa. Responsabile formazione in Marketing al Formez (1975-2014). Former Presidente consigliere delegazione campana AIF, componente del Comitato Scientifico Ass. Italiana Comunicazione Pubblica, già consigliere nazionale, responsabile area meridionale e Proboviro AISM. Autore e coautore di libri, autore di dispense, casi aziendali, materiale didattico, articoli ecc. sulla Formazione, le Analisi di Mercato, il Marketing, la Comunicazione Pubblica e Privata. Coordinatore di centinaia di corsi e numerosi master.

Antonio Coviello è Ricercatore del Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR-IRISS), dove è Consigliere d'Istituto; è responsabile scientifico del progetto di ricerca in Destination Management per la valorizzazione dei territori. Docente del corso di Economia aziendale e Green Economy dell'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli. Coautore del "Rapporto sul Turismo italiano" (CNR Edizioni).

Marcello D'Amato è Professore di Politica Economica e Co-direttore del corso di Economia, Management e Sostenibilità presso l'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, dove insegna Economia Politica, Economia Ambientale e Resource Economics. E' research fellow presso il CSEF. La sua ricerca ha riguardato l'Economia dei Sistemi Pensionistici, l'Economia dell'Istruzione, l'Economia Industriale e gli Incentivi Manageriali, i Modelli di Regolamentazione. Studi più recenti riguardano l'evasione fiscale, la relazione tra scelte di istruzione e distribuzione del reddito e della ricchezza, la relazione tra culture, sistemi di credenze e sviluppo economico.

Iacopo Grassi è Professore Associato in Economia Applicata, ha ottenuto il Master in Economia e Finanza (MEF) e il Dottorato di Ricerca in Economia Politica (Ph. D.) presso l'Università di Napoli Federico II. Ha pubblicato su importanti riviste scientifiche nazionali e internazionali e partecipato come relatore a convegni internazionali. La sua attività di ricerca si concentra sui temi dell'innovazione tecnologica, R&D, analisi economica del copyright.

Riccardo Martina è Professore Ordinario presso il DISES dell'Università degli studi di Napoli Federico II dove tiene i corsi di Microeconomia e di Analisi Microeconomica. Si è laureato presso l'Università Federico II di Napoli dove ha conseguito il dottorato di ricerca in Economia. Ha studiato presso l'Università di York (GB) ed è stato Visiting Scholar presso il MIT. Insegna Teoria dell'Impresa e dei Mercati presso L' Università Suor Orsola Benincasa. E' Research Fellow del CSEF. La sua attività di ricerca è dedicata prevalentemente a temi di Economia Pubblica e Organizzazione Industriale.

Giada Rainone è Docente a contratto di Marketing dei servizi e Marketing strategico presso l'Università Suor Orsola Benincasa. Dottoranda in "Stratégie Marketing et Organisation" presso l'Università di Dshang (Camerun), in tutela con l'Università Suor Orsola Benincasa. Incarichi accademici all'estero come docente di Marketing, Green Marketing e Comunicazione sostenibile presso l'Università "Catholique Saint Jérôme", "Pigier", "E4Impact Foundation", Douala (Camerun). Researcher presso il Laboratorio di Ricerca Scientifica "Unisob Media Lab". Consulente di Marketing e Comunicazione.

Viviana Salerno è Dottore di ricerca presso l'Università Suor Orsola Benincasa e in cotutela presso l'Universidad de Vigo (Spagna). Cultrice della materia e assistente alla didattica presso la cattedra di Diritto Tributario del Dipartimento di Scienze giuridiche, del Corso di laurea Interdipartimentale di Economia Aziendale e Green Economy e Corso di laurea di Economia, Management e Sostenibilità, Università Suor Orsola Benincasa. Coordinatrice del Comitato di redazione del Centro di ricerca di Diritto Tributario europeo "*Ius Fiscale Europaeum*" (IFE) istituito presso l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli.

Domenico Salvatore è Professore Ordinario di Organizzazione aziendale presso il Dipartimento di Scienze formative, psicologiche e della comunicazione dell'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli, è co-coordinatore del corso di laurea in Economia aziendale e Green Economy e del corso di laurea magistrale in Economia, management e sostenibilità. Le sue aree privilegiate di ricerca riguardano il ruolo delle aziende nello sviluppo sostenibile e lo sviluppo di reti professionali.

Serena Sileoni è Professore Associato in Diritto Costituzionale all'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli. Abilitata all'esercizio della professione forense e giornalista (elenco pubblicisti). Coordinatore del Comitato controllo e rischi del Consiglio di sorveglianza di Human Technopole. È stata consigliere del Presidente del Consiglio nel governo Draghi, esperta della valutazione della ricerca per l'Agenzia nazionale di valutazione del sistema universitario e della ricerca e consulente di istituzioni nazionali e europee su vari temi di ambito pubblicistico, tra cui il Segretario generale presso la Presidenza del Consiglio, il Ministero dell'Istruzione, il Ministro per il Sud e la coesione territoriale, il Commissario alla ricostruzione post alluvione Emilia Romagna del 2022. È editorialista della Stampa e del Mattino.

Alessandra Storlazzi è Professore Ordinario di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Scienze formative, psicologiche e della comunicazione dell'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, delegata Job Placement and Career Service. Membro del comitato tecnico scientifico del Green Med Expo & Symposium. Le sue aree privilegiate di ricerca riguardano

la gestione strategica e di marketing delle imprese nelle logiche dello sviluppo sostenibile.

Maria Pia Nastri è Professore Associato di Diritto Tributario, responsabile Erasmus del Dipartimento di Scienze giuridiche ed economiche e direttrice del Centro di diritto tributario europeo *Ius fiscale europaeum* (Ife) dell'Università Suor Orsola Benincasa. L'attività di ricerca riguarda l'imposizione indiretta con particolare riferimento all'imposta sul valore aggiunto e all'imposta di registro, al procedimento tributario e alla tutela dei diritti del contribuente.

Vincenza Volpe è Ph.D. student in Diritto Digitale ed Economia dell'Innovazione presso il Dipartimento di Scienze Giuridiche ed Economiche, Università Suor Orsola Benincasa. I suoi interessi di ricerca riguardano le nuove tecnologie e il loro impatto sul comportamento dei consumatori e sui contesti di gestione aziendale, esplorando come l'innovazione digitale può essere integrata nelle strategie economiche per promuovere una gestione più efficace e sostenibile delle imprese.



QUADERNI DELLA RICERCA

Collana di Ateneo diretta da

Lucio d'Alessandro

1. M. Marazzi (a cura di), *Centro Mediterraneo Preclassico. Studi e Ricerche I*
2. M. Marazzi (a cura di), *Centro Mediterraneo Preclassico. Studi e Ricerche II: i cereali nell'antico Mediterraneo preclassico*
3. C. Sassetti (a cura di), *Il laboratorio per lo studio e la ricomposizione degli affreschi di S. Vincenzo al Volturno*
4. A. Kanta, M. Marazzi (a cura di), *Monastiraki I. Missione Monastiraki, campagne 2002-2004*
5. C. Pepe (a cura di), *Le rotte dei tonni e i luoghi delle tonnare dalla preistoria a oggi*
6. M. Perna, *Henri e Micheline van Effenterre: settant'anni di archeologia in Grecia*
7. M.T. Como, *L'architettura delle tholoi micenee. Aspetti costruttivi e statici*
8. F. Marazzi, A. Gobbi (a cura di), *Il Lavoro nella regola. L'approvvigionamento alimentare e il cantiere di San Vincenzo al Volturno fra IX e XI secolo*
9. C. Pepe (a cura di), *Men Lands and Seas. L'archeologia nel Mare*
10. G.F. De Simone, R.T. Macfarlane (a cura di), *Apolline Project Vol. 1. Studies on Vesuvius' North Slope and the Bay of Naples*
11. C. Pepe, *Metodi di ricerca e formazione nella pratica laboratoriale archeologica. L'esperienza nel Laboratorio di Scienze e Tecniche applicate all'Archeologia*

12. A. Rizio, *Contesti abitativi nel Peloponneso in epoca micenea. Le evidenze archeologiche in Acaia, Argolide, Corinzia ed Elide*
13. N. Bolatti Guzzo, S. Festuccia, M. Marazzi (a cura di), *Centro mediterraneo preclassico. Studi e ricerche III. Studi vari di egeistica, anatolistica e del mondo mediterraneo*
14. S. Festuccia, *Urbanization in Syria between the Late Bronze Age and the Early Iron Age: an Overview*
15. M.T. Como (a cura di), *The church of Saint Michael Archangel in Monastiraki. Towards the conservation and Restoration of a Cretan Byzantine church*
16. A. Aprile (a cura di), *Ricerca e conservazione. Attività di restauro del laboratorio dei dipinti*
17. L. Catalano, *La produzione scultorea medievale nell'Abbazia di San Vincenzo al Volturno*
18. G. Coppola (a cura di), *Progetto di diagnostica e restauro al Museo nazionale del Bardo di Tunisi*
19. F. Marazzi, S. Gai (a cura di), *Il cammino di Carlo Magno*
20. C. Pepe, *Research Models Applied to the Study of Mediterranean Archaeological Coastal Sites*
21. J. Martin de la Cruz, A. Kanta, M. Marazzi (a cura di), *Monastiraki. A Nursery of European Culture*
22. G. Coppola, M. Marazzi, L. Repola (a cura di), *Tecnologia scanner applicata ai BB.CC. Analisi, monitoraggio, restauro. L'esperienza a Monastiraki e in altri luoghi del Mediterraneo*
23. C. Pepe, A. Ferraro, L. Repola, *Ricerca, formazione e sviluppo di tecnologie innovative. Sperimentazione sul campo nel settore dei Beni culturali archeologici*
24. M.A. La Torre (a cura di), *Dal turismo sostenibile alla responsabilità sociale di impresa. From sustainable Tourism to corporate social responsibility*
25. E.P.C. Alessiato, *Nativi digitali? Riflessioni critiche intorno a usi, equivoci e percezioni della tecnologia tra chi è in classe ogni giorno*
26. F. Cappellieri, M. D'Amato, M.P. Nastri, D. Salvatore, A. Storlazzi (a cura di), *Sostenibilità. Contributi per il primo rapporto SULAB*

Finito di stampare a Napoli nel giugno 2024
presso l'Area University Press
dell'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa