

«...il Touring Club Italiano ha per
iscopo lo sviluppo del Turismo in genere
e più particolarmente in Italia [...] ...dando opera per la tutela del
paesaggio, degli ambienti naturali
caratteristici, della geologia, della flora
e della fauna, dei singoli monumenti
e opere d'arte in genere, nonché dei
complessi urbanistici di notevole
importanza storica, artistica o
etnologica, favorendo la diffusione
della conoscenza di tali valori, tanto
direttamente quanto in concorso con
le autorità o con altri sodalizi [...]»

Tratto dallo Statuto del Touring Club Italiano,
28 marzo 1909

Il **WTO**
(World Tourism Organization)
ha selezionato il progetto Bandiere Arancioni
come esperienza di successo
nell'ambito del turismo sostenibile

Turismo Oggi
ha premiato Bandiere Arancioni
come miglior progetto
di promozione territoriale



Per informazioni:
Progetto Bandiere Arancioni
Centro Studi Touring Club Italiano
Corso Italia 10 - 20122 Milano
Tel. 02.85.26.828 - Fax 02.85.26.333
bandiere.arancioni@touringclub.it
www.touringclub.it



Touring Club Italiano

BASE Image - Art director: Carlo Franzini



Bandiere Arancioni

Marchio di qualità
turistico ambientale
per l'entroterra



Touring Club Italiano





Il progetto

La Bandiera Arancione è un marchio di qualità turistico ambientale destinato alle località dell'entroterra. Il marchio viene attribuito ai territori che soddisfano criteri di analisi connessi allo sviluppo di un turismo di qualità. La valorizzazione del patrimonio culturale, la tutela dell'ambiente, la cultura dell'ospitalità, l'accesso e la fruibilità delle risorse, la qualità della ricettività, della ristorazione e dei prodotti tipici sono gli elementi chiave del progetto.

La Bandiera Arancione è uno strumento di valorizzazione del territorio e di comunicazione al turista. Il marchio consente alle località minori di proporre un'offerta aggiuntiva a quella dei sistemi turistici più sviluppati, contribuendo alla creazione di un prodotto integrato, alla differenziazione nel mercato e alla ridistribuzione dei flussi turistici.

Il progetto intende stimolare una crescita sociale ed economica attraverso lo sviluppo del turismo. In particolare, gli obiettivi individuati sono:

- Valorizzazione delle risorse locali
- Sviluppo della cultura dell'accoglienza
- Stimolo dell'artigianato e delle produzioni tipiche
- Impulso all'imprenditorialità locale
- Rafforzamento dell'identità locale

Il destinatario finale del marchio è il turista. La Bandiera Arancione contribuisce a indirizzare la scelta dei viaggiatori e garantisce la qualità dell'esperienza di visita.

Il percorso

Le fasi del percorso di assegnazione del marchio Bandiera Arancione sono:

- **Autocandidatura dei comuni:** avvio del progetto e candidatura dei comuni interessati
- **Preselezione:** valutazione di alcuni indicatori generali per la selezione dei comuni da visitare
- **Analisi delle località:** visita dei comuni preselezionati, valutati attraverso cinque aree di analisi
- **Elaborazione dei risultati:** elaborazione dei dati e valutazione finale
- **Assegnazione marchio Bandiera Arancione:** i comuni che soddisfano i criteri previsti possono ottenere la Bandiera Arancione; il marchio è temporaneo (due anni) e subordinato al mantenimento dei requisiti
- **Piano di miglioramento:** i comuni che non risultano essere ancora in linea con i parametri del progetto possono richiedere un piano di miglioramento che evidenzia gli elementi di criticità individuati, proponendo le azioni da attivare per adeguarsi agli standard richiesti



Le aree di analisi

La visita del territorio dei comuni selezionati simula l'esperienza del turista, dalla ricerca delle informazioni alla visita della destinazione. La valutazione per l'assegnazione della Bandiera Arancione, infatti, è strutturata in cinque macroaree relative agli aspetti più rilevanti del sistema di offerta di una località:

1. Accoglienza

- informazioni e segnaletica
- accessibilità e trasporti

Verifica della presenza e della completezza dei servizi di informazione turistica e della segnaletica, nonché del grado di accessibilità alla località, della frequenza dei mezzi di trasporto e delle possibilità di mobilità interna.

2. Ricettività e servizi

- servizi ricettivi
- servizi complementari

Indagine sulla presenza e sul livello dell'offerta ricettiva sia nelle forme tradizionali quali alberghi, campeggi e ostelli, sia in quelle di più recente sviluppo, quali agriturismi e bed&breakfast. Viene inoltre rilevata la presenza di servizi di ristorazione e di eventuali servizi complementari.

3. Fattori di attrazione turistica

- attrattività ambientale
- attrattività storico-culturale
- attrattività sociale

Individuazione dei vari attrattori storico-culturali, delle diverse risorse ambientali e dell'offerta di eventi legati alla tradizione locale; valutazione del loro livello di fruibilità.

4. Qualità ambientale

- verde, acqua, aria, energia, rumori, rifiuti, educazione ambientale
- Verifica delle azioni intraprese nell'ambito della gestione ambientale tra le quali la cura del verde, lo smaltimento dei rifiuti, eventuali campagne di sensibilizzazione ambientale.

5. Valutazione qualitativa

- arredo urbano
- ospitalità e cordialità
- atmosfera e tradizioni
- offerta enogastronomica

Valutazione di alcune componenti dell'offerta turistica difficilmente quantificabili, ma egualmente importanti nel determinare le scelte dei turisti: immagine e atmosfera della località in relazione alla percezione di fattori quali arredo urbano, ospitalità e cordialità.