

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	---

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

Francesco Marangon



Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche
Università degli Studi di Udine



Presidente Società Italiana
di Economia Agraria



Direttore
Scientifico



	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	---

Di cosa si occupa l'economia?

- L'economia è la scienza che studia il modo in cui la società alloca in maniera ottimale le **risorse scarse** tra vari **usi alternativi**
- Le risorse della società sono insufficienti a soddisfare i **bisogni** pressoché **illimitati** degli individui
 - *l'economia studia le **scelte** che individui e imprese devono attuare per decidere come utilizzare i fattori produttivi disponibili e l'ammontare dei beni da produrre.*

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE
F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014
UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

Di cosa si occupa l'economia?

- **Consumo** di beni e servizi
virtualmente illimitato
- **Produzione** di beni e servizi
determinata da *fattori di produzione* limitati

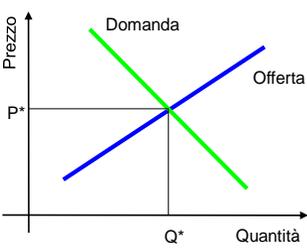
↓

PROBLEMA DELLA **SCARSITÀ**
eccesso dei desideri umani
rispetto a quanto può essere
effettivamente prodotto

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE
F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014
UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

DOMANDA e OFFERTA

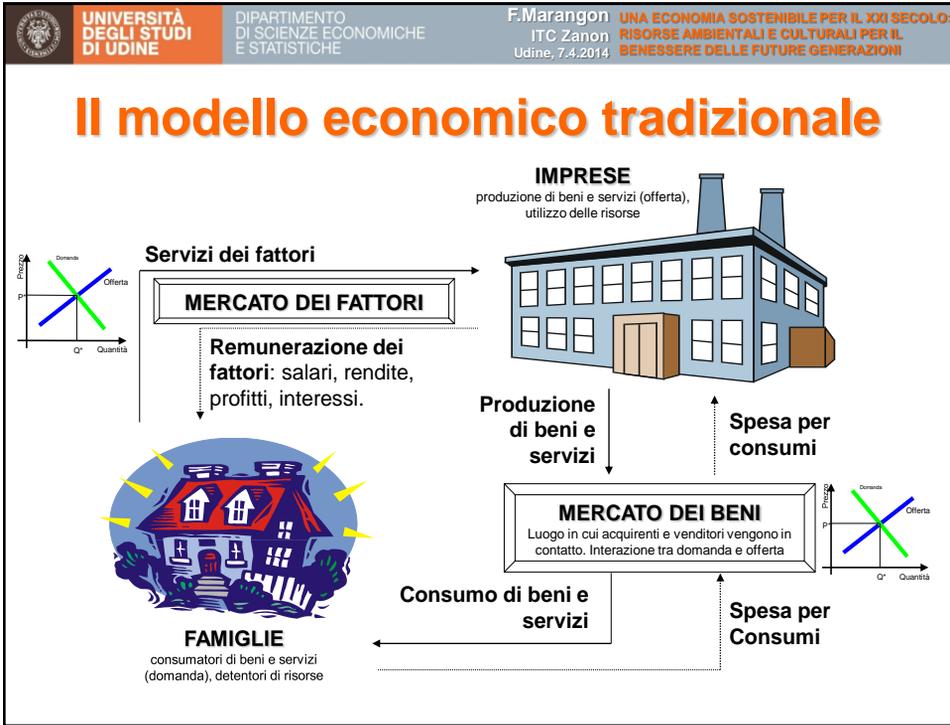
Fenomeni economici
 ↻ interazione tra **domanda** e **offerta**



The graph shows a coordinate system with 'Prezzo' (Price) on the vertical axis and 'Quantità' (Quantity) on the horizontal axis. A downward-sloping green line is labeled 'Domanda' (Demand) and an upward-sloping blue line is labeled 'Offerta' (Supply). They intersect at an equilibrium point. Dashed lines from this point lead to 'P*' on the vertical axis and 'Q*' on the horizontal axis.

per ciascun bene/servizio:
Quantità prodotta/consumata
 e
Prezzo

UN CORSO DI ECONOMIA
 ➤ cosa c'è dietro la curva di domanda e la curva di offerta?



 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanoni Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
18 valori ANNO 8 N.56 FEBBRAIO 2008	L'IDEA "LUNGA" DI BOB KENNEDY		Era il 1968. Davanti agli studenti dell'università del Kansas, Bob Kennedy espresse un concetto che profumava di utopia
	<p>«NON POSSIAMO MISURARE LO SPIRITO NAZIONALE sulla base dell'indice Dow-Jones, né i successi del Paese sulla base del Prodotto interno lordo. Il PIL comprende anche l'inquinamento dell'aria, la pubblicità delle sigarette. Mette nel conto le serrature speciali per le nostre porte di casa e le prigioni per coloro che cercano di forzarle. Comprende programmi televisivi che valorizzano la violenza per vendere prodotti violenti ai nostri bambini. Cresce con la produzione di napalm, missili e testate nucleari, comprende la ricerca per disseminare la peste bubbonica, si accresce con gli equipaggiamenti che la polizia usa per sedare le rivolte e aumenta quando sulle loro ceneri si ricostruiscono i bassifondi popolari».</p>		 dePILIAMOCI!
			Bob Kennedy.

 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanoni Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
<h2>ECONOMIA E RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI</h2>			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se il mercato funzionasse correttamente nel definire il prezzo delle risorse ambientali e culturali non esisterebbe particolari problemi. ➤ Esistono però, ossia il mercato non è in grado fattori di inefficienza del mercato di funzionare correttamente in presenza di: <ul style="list-style-type: none"> – beni pubblici – esternalità – risorse irriproducibili o parzialmente riproducibili – monopoli – fenomeni di “rischio morale” e di “selezione avversa” – asimmetria informativa 			


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
 DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
 ITC Zanon
 Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

UNA QUESTIONE DI PRIORITÀ, DI VALORI E DI MISURA

RISORSE CULTURALI


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
 DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
 ITC Zanon
 Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

LA STAMPA CRONACHE

TORINO - CUNEO - AOSTA - ASTI - NOVARA - VCO - VERCELLI - BIELLA - ALESSANDRIA - SAVONA - IMPERIA e SANREMO

CRONACHE
 05/02/2014

La Corte dei Conti al contrattacco chiede i danni alle agenzie di rating “Non valutato il patrimonio artistico”

Il Financial Times: citate in giudizio l S&P, Moody's e Fitch per il downgrade del 2011, con richiesta di danni per 234 miliardi. L'inchiesta in fase istruttoria

Quanto vale l'Italia? E con quali criteri bisogna valutarla? Economici, culturali, monetari? Bisogna fermarsi al Pil, al debito sovrano, alla stabilità dei governi o c'è anche altro? Secondo la lettera inviata dalla Corte dei Conti alle Agenzie di rating, da tempo interessate da un'istruttoria aperta dal Procuratore Generale del Lazio Raffaele De Dominicis, sembra



La cappella Sistina a Roma



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI



lavoce.info

SABATO 5 APRILE 2014

Google Ricerca personalizzata

<http://www.lavoce.info/la-grande-inalienabile-bellezza-prezzo-opere-darte/>

HOME
ARGOMENTI
DOSSIER
ARCHIVIO
CHI SIAMO
SOSTIENI LAVOCE

La grande bellezza, invendibile

01.04.14
Luciano Canova e Stefania Migliavacca

Mi piace 62
 Tweet 25
 +1 3
 Share 27

Quanto vale il patrimonio artistico italiano? Un metodo originale, basato sui prezzi relativi, per stabilire il valore economico dei nostri capolavori. Esercizio tutt'altro che facile: parte della malinconia della "Grande Bellezza" sta proprio nell'impossibilità di ricavarne qualcosa.

QUANTO VALE UN'OPERA D'ARTE?

Nei giorni di *La grande bellezza*, in cui il **patrimonio artistico italiano** fa da sfondo alle macerie di un civismo in caduta libera, e mentre Renzi cercava in Europa l'approvazione per le sue riforme e le relative coperture, ci è tornato in mente, si perdoni la citazione scacciapensieri, il celebre episodio in cui Totò, nel 1962, cercava di vendere la Fontana di Trevi per 10 milioni di lire al povero Decio Cavallo. La domanda è: vi siete mai chiesti se il prezzo richiesto fosse alto o basso? Difficile dirlo. Se è vero che ogni cosa ha un prezzo, non fanno certo eccezione le **opere d'arte**. Determinarne il valore, però, sembra una questione molto più complessa che per altri beni. Spesso poi è controversa la stessa proprietà e disponibilità dell'opera: ancora oggi lo Stato e il comune di Firenze litigano sul David di Michelangelo, nonostante la natura evidentemente pubblica di entrambi i contraenti.

ARGOMENTI

- CONCORRENZA E MERCATI
- CONTI PUBBLICI
- CORPORATE GOVERNANCE
- DISCRIMINAZIONE
- ENERGIA E AMBIENTE
- EUROPA
- FAMIGLIA
- FINANZA
- FISCO
- GIUSTIZIA
- IMMIGRAZIONE
- INFORMAZIONE
- INFRASTRUTTURE E TRASPORTI
- INNOVAZIONE E RICERCA
- INTERNAZIONALI

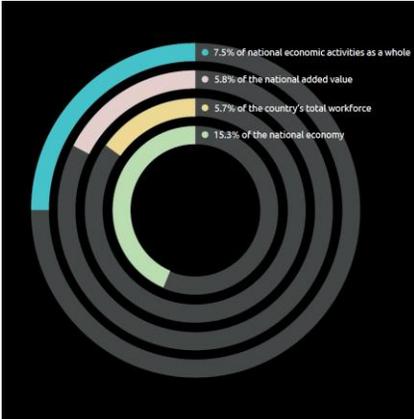


UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI



- 7.5% of national economic activities as a whole
- 5.8% of the national added value
- 5.7% of the country's total workforce
- 15.3% of the national economy

The Italian cultural production system almost amounted to 460,000 enterprises in 2012
equivalent to the 7.5% of national economic activities as a whole

To these businesses we owe an added value of 80.8 billion euro
equivalent to the 5.8% of the national added value

These enterprises employ 5.7% of the country's total workforce
nearly 1.5 million individuals

15.3% of the national economy
Culture can boast a multiplier of 1.7. The 80.8 billion euro the cultural system as a whole produced in 2012, hence activating a further 133 billion, the direct and 'induced' together totalled 214.2 billion Euros

Italian Quality and Beauty

Compact Report on the Cultural and Creative Industries in Italy

I Quaderni di Symbola

Rome, December 2013



Italian Quality and Beauty
Compact Report on the Cultural and Creative Industries in Italy
© Symbola & Symbola



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

VALORE AGGIUNTO E OCCUPAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE NELLE REGIONI ITALIANE
Anno 2012 (valori assoluti, composizioni e incidenze percentuali sul totale economia)

Regione	Valore aggiunto			Occupazione		
	mil. di euro	% su Italia	% su tot. economia	migliaia	% su Italia	% su tot. Economia
Piemonte	6.428,6	8,5	5,8	121,1	8,7	6,0
Valle d'Aosta / Vallée d'Aoste	148,1	0,2	4,0	3,5	0,2	5,8
Lombardia	18.710,5	24,8	6,3	290,2	20,8	6,3
Trentino-Alto Adige	1.547,8	2,0	5,0	26,7	1,9	5,4
Veneto	8.414,0	11,1	6,3	161,2	11,5	7,1
Friuli Venezia Giulia	1.865,9	2,5	5,8	36,7	2,6	6,4
Liguria	1.314,3	1,7	3,3	27,7	2,0	4,1
Emilia-Romagna	5.692,3	7,5	4,6	106,9	7,7	5,0
Toscana	5.088,6	6,7	5,2	107,0	7,7	6,3
Umbria	897,0	1,2	4,7	19,6	1,4	5,2
Marche	2.341,4	3,1	6,4	50,5	3,6	7,0
Lazio	10.466,4	13,9	6,8	159,7	11,4	6,3
Abruzzo	1.185,6	1,6	4,7	24,9	1,8	5,1
Molise	245,1	0,3	4,2	6,0	0,4	5,0
Campania	3.725,9	4,9	4,3	74,0	5,3	4,3
Puglia	2.410,8	3,2	3,9	57,1	4,1	4,5
Basilicata	424,8	0,6	4,4	10,9	0,8	5,3
Catabria	1.068,6	1,4	3,6	25,9	1,9	4,2
Sicilia	2.469,4	3,3	3,3	60,8	4,4	4,1
Sardegna	1.074,4	1,4	3,7	26,6	1,9	4,4
NORD-OVEST	26.601,5	35,2	5,9	442,5	31,7	6,0
NORD-EST	17.520,1	23,2	5,5	331,6	23,7	6,0
CENTRO	18.793,4	24,9	6,1	336,8	24,1	6,3
SUD E ISOLE	12.604,6	16,7	3,9	286,2	20,5	4,4
ITALIA	75.519,6	100,0	5,4	1.397,1	100,0	5,7

io sono cultura | RAPPORTO 2013
L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Realizzata da   



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

PRIME DIECI POSIZIONI DELLA GRADUATORIA DELLE PROVINCE ITALIANE IN BASE ALL'INCIDENZA DEL VALORE AGGIUNTO DEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE SUL TOTALE DELL'ECONOMIA
Anno 2012 (valori percentuali)

Pos.	Provincia	Incidenza %
1)	Arezzo	8,4
2)	Pordenone	8,2
3)	Pesaro e Urbino	8,1
4)	Milano	7,9
5)	Vicenza	7,8
6)	Treviso	7,5
7)	Roma	7,4
8)	Macerata	7,0
9)	Pisa	6,8
10)	Verona	6,8
	ITALIA	5,4

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2013

io sono cultura | RAPPORTO 2013
L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Realizzata da   



	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanoni Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	---	---

PRIME DIECI POSIZIONI DELLA GRADUATORIA DELLE PROVINCE ITALIANE IN BASE ALL'INCIDENZA DELL'OCCUPAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE SUL TOTALE DELL'ECONOMIA
Anno 2012 (valori percentuali)

Pos.	Provincia	Incidenza %
1)	Arezzo	9,9
2)	Pesaro e Urbino	9,6
3)	Vicenza	9,0
4)	Pordenone	8,6
5)	Treviso	8,5
6)	Macerata	7,9
7)	Pisa	7,9
8)	Milano	7,7
9)	Firenze	7,5
10)	Como	7,4
	ITALIA	5,7

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2013

Realizzata da
 UNIONCAMERE
 Symbola
 Regione Marche
 Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche

Io sono cultura | RAPPORTO 2013
L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi



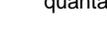
	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanoni Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	---	---

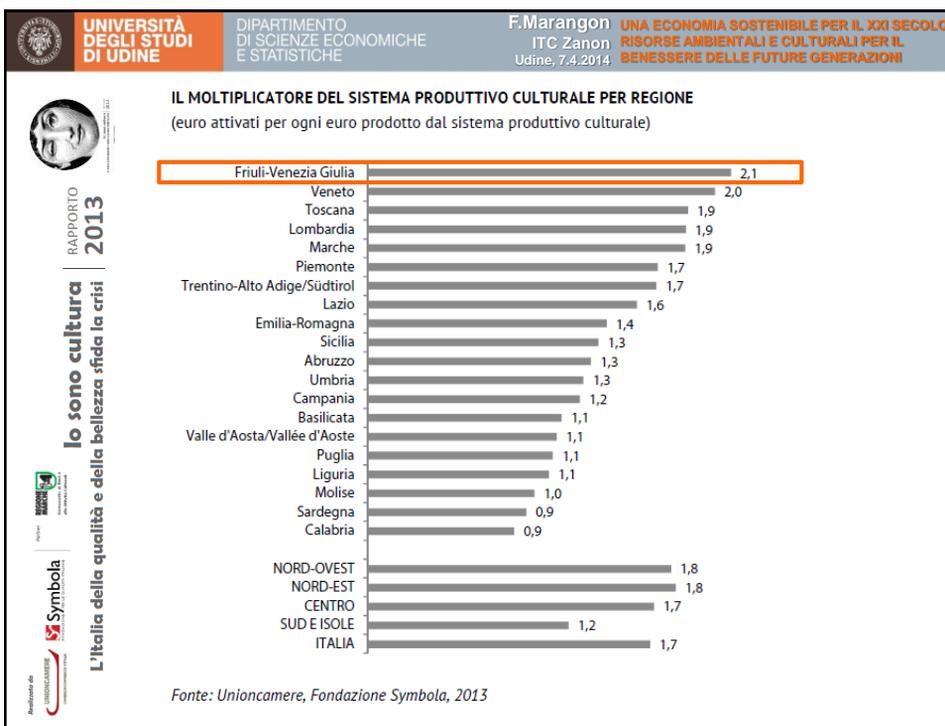
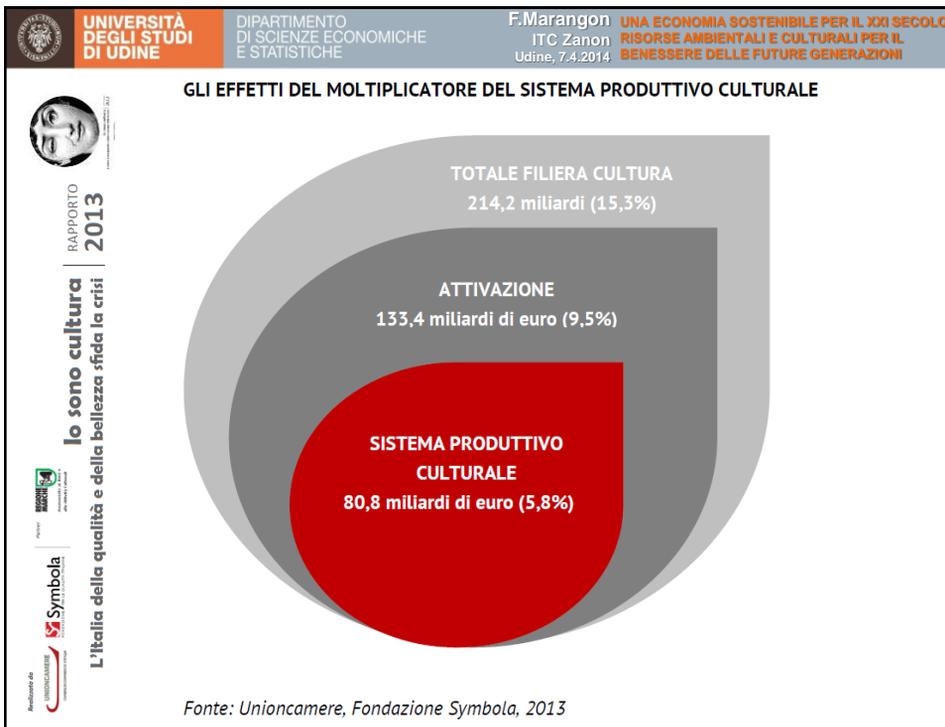


1.6 IL MOLTIPLICATORE DELLA CULTURA: L'ATTIVAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE SUL RESTO DELL'ECONOMIA

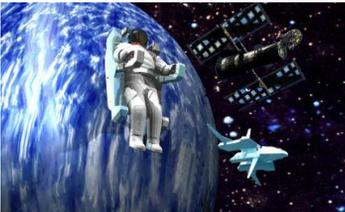
- Il ruolo della cultura nel processo produttivo del Paese non risiede solo nell'apporto fornito dalle attività economiche che ne sono diretta espressione, ma anche nelle **tante altre dispiegate tra le maglie del sistema economico** che sono attivate, a monte o a valle, come effetto delle **interdipendenze** che legano tra di loro le varie produzioni.
- Lo svolgimento del processo produttivo implica l'utilizzo di una serie di beni e servizi in input provenienti dall'output di tante altre attività economiche, così come l'attivazione di altre attività a valle. Ciò significa che un'attività produttiva ne **"muove" tante altre che si attivano**, nel senso produttivo, sia perché contribuiscono, a monte, alla produzione dei suoi input, sia perché favoriscono, a valle, la veicolazione dei prodotti/servizi fino alla collocazione sui mercati di riferimento (trasporti, commercio, ecc.), unitamente a tutto ciò che ruota all'interno del marketing e ai più generici servizi alle imprese (consulenza amministrativo-gestionale, servizi finanziari, professionali, ecc.).
- Esiste, in pratica, una sorta di **moltiplicatore** per cui **per ogni euro prodotto da un'attività se ne attivano altri sul resto dell'economia**, secondo una logica di **filiera**. Per avere una visione completa del ruolo che esercita il sistema produttivo culturale all'interno della nostra economia è necessario riuscire a misurarlo nella sua completezza, considerando anche quanta economia, al di fuori di sé stesso, riesce ad attivare.

RAPPORTO 2013
Io sono cultura
L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Realizzata da
 UNIONCAMERE
 Symbola
 Regione Marche
 Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche



	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
<h1 style="color: orange;">UNA QUESTIONE DI PRIORITÀ, DI VALORI E DI MISURA</h1> <h2 style="color: green;">RISORSE AMBIENTALI</h2>				

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
<h2 style="color: orange;">AMBIENTE E SISTEMA ECONOMICO: UNA METAFORA</h2> <p data-bbox="361 1222 1062 1251">Boulding K. (1966), <i>The economics of the coming spaceship Earth</i></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="301 1277 776 1435" style="width: 45%;"> <p>Economia del cowboy</p> <p>Nessun limite alla capacità dell'ambiente di offrire o di ricevere energia e flussi materiali.</p> </div> <div data-bbox="782 1261 1153 1495" style="width: 45%; text-align: center;">  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div data-bbox="301 1503 646 1715" style="width: 45%; text-align: center;">  </div> <div data-bbox="658 1512 1162 1715" style="width: 45%;"> <p>Economia dell'astronauta</p> <p>La Terra "navicella spaziale" è un sistema materiale chiuso. L'uomo deve trovare il suo posto in un ciclo ecologico perpetuamente riprodotto</p> </div> </div>				

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE | DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE | F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014 | UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

ECONOMIA E AMBIENTE

Circolarità del sistema economico
(sistema economico aperto)

- Beni liberi (non scarsi)
- Beni economici (scarsi)

The diagram illustrates the material balance model. It features a central oval labeled 'SFERA UMANA' (Human Sphere) containing a house and a factory. To the left, an arrow labeled 'RISORSE' (Resources) points into the sphere, accompanied by icons of a tree and a barrel. To the right, an arrow labeled 'RIFIUTI' (Waste) points out of the sphere, accompanied by icons of a trash can and a factory. Below the sphere, an arrow labeled 'UTILITÀ' (Utility) points upwards. The entire system is situated within an 'ECOSFERA' (Ecosystem). A red curved arrow at the bottom right indicates the 'Capacità di assimilazione' (Assimilation Capacity). Below the diagram, there are two bullet points: 'Risorse non rinnovabili' (Non-renewable resources) and 'Risorse rinnovabili' (Renewable resources).

Modello del bilancio dei materiali

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE | DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE | F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014 | UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

SVILUPPO SOSTENIBILE

Per sviluppo sostenibile si intende uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri

Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo, 1987 [Bompiani 1988]

Crescita	quantità
Sviluppo	qualità
Sviluppo Sostenibile	tempo/spazio

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE
F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014
UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

Perchè una Green Economy?

- Nasce da una molteplicità di crisi
 - prevalenza di povertà,
 - degrado ambientale e scarsità di risorse,
 - crisi finanziaria, energetica, alimentare,
 - cambiamento climatico,
- che evidenziano l'inadeguatezza del modello/i di sviluppo esistenti.
- La **Green Economy** è un nuovo paradigma economico che può migliorare le performance economiche, senza ripercussioni ambientali negative, e che può proporre strategie volte ad attutire la povertà.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE
F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014
UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

Stati Generali della Green Economy

Un green new deal per l'Italia
Rimini 6 e 7 novembre 2013

<http://www.statigenerali.org>



- una riforma fiscale in chiave 'eco'
- strumenti finanziari innovativi
- investimenti in infrastrutture verdi difesa del suolo e risorse idriche
- riciclo dei rifiuti
- efficienza e risparmio energetico
- fonti energetiche rinnovabili
- filiere agricole di qualità ecologica
- rigenerazione urbana e consumo del suolo
- mobilità sostenibile
- occupazione giovanile green

LE PRIORITÀ
DEI 10 SETTORI STRATEGICI PER UNA GREEN ECONOMY IN ITALIA





**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

«Mettere in conto la natura»

www.teebweb.org

The Economics

I ministri dell'Ambiente delle principali economie mondiali, riunitisi in occasione del vertice di Potsdam in Germania nel marzo 2007, hanno concordato sulla necessità di promuovere uno studio globale sui **benefici economici della biodiversità biologica**, che metta a confronto i **costi dell'eventuale perdita di biodiversità** con quelli di misure conservative efficaci. Lo studio che ne è scaturito dal titolo «Economia degli ecosistemi e della biodiversità» (*The Economics of Ecosystems and Biodiversity*, TEEB), è un'iniziativa della Commissione europea e della Germania, in collaborazione con numerosi altri partner.





**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

«Mettere in conto la natura»

La perdita di biodiversità compromette o addirittura annulla le funzioni degli ecosistemi. Il cambiamento di destinazione del suolo, ivi comprese le forme di agricoltura intensiva e l'urbanizzazione, lo sfruttamento incontrollato, l'inquinamento, i cambiamenti climatici e la comparsa di specie che competono con la flora e la fauna autoctone, sono tutti fenomeni che danneggiano gli ecosistemi naturali, i quali, se distrutti, sono ripristinabili solo sostenendo costi elevati.

Il progetto 'Economia degli ecosistemi e della biodiversità' (*The Economics of Ecosystems and Biodiversity*, TEEB) dell'Unione Europea, incentrato sui benefici economici globali della diversità biologica e sui costi derivanti dalla perdita di biodiversità e dalla mancata adozione di efficaci azioni di tutela, ricorda ai responsabili politici, alle imprese e ai cittadini l'urgente necessità di prestare attenzione a questi fattori nei comportamenti e nelle decisioni che adottano.

Non a caso l'obiettivo chiave della strategia europea sulla biodiversità riguarda proprio la necessità di garantire entro il 2020 la conservazione della biodiversità e assicurare la salvaguardia e il ripristino dei servizi ecosistemici.

 Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente del Friuli Venezia Giulia

 REGIONE AUTONOMA DEL FRIULI VENEZIA GIULIA

Tematiche ambientali in primo piano nel Friuli Venezia Giulia

APPROFONDIMENTI

Effetti delle attività umane sulla salute
Fulvio Daris

© FORUM 2012
Edizioni Universitaria Udinese srl
Via Palladio, 8 - 33100 Udine
Tel. 0432 26001 / Fax 0432 296766
www.forumeditrice.it
ISBN 978-88-8470-770-3

Ecosystem service: impatti sulle funzioni dei sistemi ambientali
Laura Catalano, Elena Giancesini, Nicola Skert, Fulvio Stel e Antonella Zanello

**Rapporto
SULLO STATO
DELL'AMBIENTE
2012**



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

«Mettere in conto la natura»

Un modello di contabilità ambientale
per il Friuli Venezia Giulia



**I vantaggi
economici della
gestione delle
aree protette**

Franco Marangon
Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche
Università degli Studi di Udine, C.E.S.A. di Udine

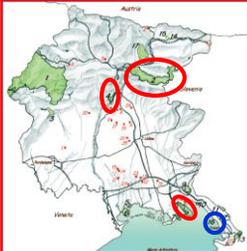


Tabella 2 – Benefici netti generati dalle aree protette esaminate

VOCI	Prealpi Giulie	Foce dell'Isonzo	Lago di Cornino	Totale 3 AAPP
Ricavi dell'Ente gestore	€ 1.128.235,98	€ 260.000,00	€ 131.000,00	€ 1.519.235,98
Costi dell'Ente gestore	€ 1.128.235,98	€ 259.926,26	€ 130.998,13	€ 1.519.160,37
Saldo dell'Ente gestore	€ 0,00	€ 73,74	€ 1,87	€ 75,61
Benefici ambientali	€ 7.048.217,95	€ 2.283.876,19	€ 146.508,92	€ 9.478.603,06
Costi ambientali	€ 27.062,66	€ 5.926,58	€ 1.049,79	€ 34.039,03
Saldo ambientale	€ 7.021.155,29	€ 2.277.949,61	€ 145.459,13	€ 9.444.564,03
Benefici netti (BN) totali	€ 7.021.155,29	€ 2.278.023,35	€ 145.461,01	€ 9.444.639,64
BN / Costi dell'Ente gestore	€ 6,22	€ 8,76	€ 1,11	€ 6,22



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

UNA QUESTIONE DI PRIORITÀ, DI VALORI E DI MISURA

TURISMO SOSTENIBILE

«... flussi turistici “leggeri” ma qualificati ...»

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

Turismo sostenibile: cos'è?

Il principio di turismo sostenibile è stato definito nel 1988 dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO):

"Le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale ed artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche"

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

Sostenibilità e turismo

Si ha **TS** quando in tutte le sue forme e in ogni tipo di destinazione, garantisce nel lungo periodo giusto equilibrio

- a) Nell'utilizzo delle **risorse ambientali** in maniera ottimale, preservando i processi ecologici essenziali e supportando la salvaguardia delle risorse naturali e della biodiversità.
- b) Nel rispetto dell'autenticità **socio-culturale delle comunità locali**, conservandone il patrimonio culturale tangibile e vivente e i valori tradizionali, promuovendo la comprensione interculturale.
- c) Nella realizzazione e mantenimento di **attività economiche vitali** sul lungo periodo, offrendo a tutti gli *stakeholders* vantaggi socio-economici equamente distribuiti, tra cui la stabilità lavorativa, l'accessibilità a benefici e servizi sociali da parte della comunità locale, contribuendo alla riduzione della povertà.

WTO, 2004

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanón Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	---



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE
COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE

**Agenda per un turismo europeo
sostenibile e competitivo (2007)**

- Considerando l'importanza fondamentale del settore, l'attenzione sugli obiettivi ed i principi alla base di un turismo sostenibile e le sfide che questo porterà ad affrontare nel futuro, la Comunicazione è indirizzata in particolar modo agli attori interessati al settore turistico europeo, sia fruitori sia operatori, invitandoli ad essere parti attive nelle dinamiche di rinnovamento del settore, al fine di creare un turismo europeo più competitivo e permetterne il continuo sviluppo.
- L'obiettivo finale è rappresentato dal raggiungimento di un **equilibrio tra lo sviluppo autonomo delle destinazioni turistiche e la tutela dell'ambiente**, da un lato (chi fruisce del turismo), e lo **sviluppo di un'attività economica competitiva**, dall'altro lato (chi gestisce le attività turistiche).

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanón Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	---



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE
COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE

**L'Europa, prima destinazione turistica
mondiale - un nuovo quadro politico per
il turismo europeo (2010)**

- In linea con il trattato di Lisbona, la politica europea del turismo mira principalmente a stimolare la competitività del settore, senza dimenticare che, a lungo termine, **la competitività è strettamente legata alla sostenibilità del suo modello di sviluppo (...)**
- Per raggiungere questi obiettivi, le azioni a favore del turismo possono essere riunite attorno a quattro assi:
 - 1) stimolare la competitività del settore turistico in Europa;
 - 2) promuovere lo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e di qualità;**
 - 3) consolidare l'immagine e la visibilità dell'Europa come insieme di destinazioni sostenibili e di qualità;
 - 4) massimizzare il potenziale delle politiche e degli strumenti finanziari dell'UE per lo sviluppo del turismo.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

Realizzato da
UNIONCAMERE
INDUSTRIE
E
COMMERCIO ITALIANO





**RAPPORTO
2013**

Premier REGIONI MARCHE

lo sono cultura

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

1.9 LA CAPACITÀ DI ATTIVAZIONE DELL'INDUSTRIA CULTURALE SULLA SPESA TURISTICA

Le industrie culturali, proprio perché fortemente legate alla storia, ai saperi e ai prodotti dei territori, costituiscono un elemento rilevante della loro attrattività turistica, arrivando ad attivarne una quota di spesa considerevole.

Le elaborazioni realizzate da Unioncamere-Isnart per l'Osservatorio Nazionale del Turismo inerenti alla spesa turistica evidenziano un valore pari a circa 72,2 miliardi di euro al 2012; di questa, **la componente attivata dalle industrie culturali è quantificabile in 26,4 miliardi di euro, pari a oltre un terzo del totale della spesa turistica 2012 stimata sul territorio italiano. Più precisamente si arriva a valutare una quota pari a 36,5%**, in crescita rispetto al 33,6% elaborato per il 2011.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

Realizzato da
UNIONCAMERE
INDUSTRIE
E
COMMERCIO ITALIANO





**RAPPORTO
2013**

Premier REGIONI MARCHE

lo sono cultura

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

SPESA TURISTICA ATTIVATA DALL'INDUSTRIA CULTURALE PER REGIONE E ALCUNE TIPOLOGIE DI COMUNI

Anno 2012 (valori assoluti, composizioni e incidenze percentuali sul totale spesa turistica)

Tipologia di comuni	Spesa attivata dall'industria culturale (milioni di euro)		
	v.a.	% su Italia	% su tot.spesa turistica
Piemonte	1.730	6,6	47,1
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	181	0,7	23,4
Lombardia	3.267	12,4	45,5
Trentino-Alto Adige/Südtirol	1.560	5,9	26,0
Veneto	3.128	11,9	39,3
Friuli-Venezia Giulia	751	2,8	49,8
Liguria	954	3,6	28,1
Emilia-Romagna	2.479	9,4	35,6
Toscana	2.195	8,3	36,5
Umbria	287	1,1	37,0
Marche	872	3,3	49,9
Lazio	3.099	11,7	48,7
Abruzzo	628	2,4	37,2
Molise	102	0,4	33,3
Campania	1.093	4,1	29,7
Puglia	1.039	3,9	32,7
Basilicata	178	0,7	37,0
Catabria	926	3,5	32,9
Sicilia	1.325	5,0	26,2
Sardegna	599	2,3	22,4
Nord-Ovest	6.132	23,2	40,8
Nord-Est	7.919	30,0	35,3



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI



REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

mappa | rss | login | versione stampabile

la Regione dalla A alla Z

english | furian | slovensko | deutsch

ISTRUZIONE RICERCA

FORMAZIONE LAVORO

ECONOMIA IMPRESE

FAMIGLIA CASA

SALUTE SOCIALE

CULTURA SPORT

FONDI EUROPEI FVG INTERNAZIONALE

AMBIENTE TERRITORIO

INFRASTRUTTURE LAVORI PUBBLICI

sei in: [home](#) > [economia imprese](#) > [turismo](#) > **Piano turismo 2014-2018**

turismo

piano regionale del turismo 2014-2018

PIANO REGIONALE DEL TURISMO 2014-2018

Piano strategico del turismo in FVG

IMPRESE TURISTICHE E STRUTTURE RICETTIVE

VALORIZZARE E PROMUOVERE IL TERRITORIO

PROFESSIONI TURISTICHE

BED AND BREAKFAST

AGRITURISMO

CREARE OCCUPAZIONE

IMPRENDITORIA GIOVANILE

AVVERSAITA' ATMOSFERICHE

Piano strategico del turismo in FVG



Una pianificazione strategica per l'intero territorio e per il complessivo settore turistico della regione, in una logica di sistema che consente di unire il turismo ad agroalimentare, cultura, trasporti, artigianato e industria. L'obiettivo del Piano, in corso di perfezionamento, farà del Friuli Venezia Giulia una destinazione turistica slow in grado di offrire turismi tematici ad alto valore aggiunto.

Il Piano del Turismo 2014-2018 della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia è il documento di pianificazione strategica per l'intero territorio e per il complessivo settore turistico della Regione, in una logica di sistema che consente di unire turismo, agroalimentare, cultura, trasporti, artigianato e industria. L'obiettivo del Piano, in corso di perfezionamento, farà del Friuli Venezia Giulia una destinazione turistica slow in grado di offrire turismi tematici ad alto valore aggiunto.

L'importante obiettivo a cui tende il Piano è trasformare il territorio in un sistema turistico integrato. Per questo si faciliterà la fruizione dell'esperienza di vacanza e si costruiranno, insieme agli operatori, prodotti turistici differenziati in una ottica di mercato.

Il modello turistico da raggiungere si basa su tre concetti-chiave: competitività, attrattività e sostenibilità.

Creando un'economia turistica performante e dinamica, si migliorerà e si innoverà l'acoglienza dei singoli operatori e si rilanceranno le destinazioni turistiche del Friuli Venezia Giulia. Con l'incremento della riconoscibilità del Friuli Venezia Giulia, si migliorerà il contributo del turismo all'economia regionale.



NORMATIVA

- legge regionale 16 gennaio 2002, n.2 Disciplina organica del turismo

DOCUMENTAZIONE

- Piano regionale del turismo 2014-2018 (slides)
- Piano regionale del turismo 2014-2018 Executive Summary (bozza per la discussione)
- Piano regionale del turismo 2014-2018 Scheda per invito proposte e suggerimenti

LINK

- Agenzia regionale TurismoFVG



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

Il volume descrive l'apporto dell'attività turistica gestita secondo i principi della sostenibilità a favore sia dello sviluppo economico locale, sia dell'incremento del benessere di un territorio e dei suoi portatori di interesse. Nel testo vengono riportate alcune esperienze che, basandosi sulla valorizzazione dell'identità locale, della conservazione delle risorse paesaggistico-ambientali, dei servizi di prossimità e più in generale delle risorse endogene, fungono da buone pratiche turistiche per uno sviluppo territoriale sostenibile. Frutto di un approccio interdisciplinare, la pubblicazione accoglie anche un'analisi del turismo condotta secondo una prospettiva interpretativa di natura economico-manageriale: introducendo uno dei più esemplari strumenti del marketing management, il branding, essa analizza, in particolare, il possibile legame tra i concetti di destinazione, identità e comunità. Il volume offre dunque un'ampia panoramica sul tema del turismo sostenibile e del suo apporto allo sviluppo rurale e locale, anche a favore di aree marginali, che si auspica possa essere di supporto al processo decisionale di diversi soggetti, istituzionali e non. Ciò al fine di generare processi di sviluppo virtuosi volti ad incrementare il livello di qualità di vita a livello locale.

25

in ordine

SVILUPPO ECONOMICO LOCALE E TURISMO SOSTENIBILE IN FRIULI VENEZIA GIULIA

FORUM

Biosnack&Biodrink

18

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	---

UNA QUESTIONE DI PRIORITÀ, DI VALORI E DI MISURA EVENTI SOSTENIBILI

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	---




Guida al convegno ecologico

Stendete il tappeto verde
per i vostri partecipanti

Copyright © United Nations Environment Programme, 2009
Traduzione in italiano a cura di
ARPAT – Agenzia regionale per la protezione ambientale della Toscana
A.F. Formazione e A.F. Educazione ambientale
coordinamento editoriale: A.F. Comunicazione e informazione
con il contributo della Regione Toscana



ARPAT
Agenzia regionale
per la protezione ambientale
della Toscana



ICLEI
Local
Governments
for Sustainability



Regione Toscana



**IAM
LADP**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F. Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

LINEE GUIDA

LA REALIZZAZIONE DI EVENTI SOSTENIBILI

a cura di



Impronta Etica
partecipazione e responsabilità

Luglio 2010



CARTA DEI VALORI DELLE PRO LOCO PER LE 3 S SAGRE SICURE SOSTENIBILI

Le nostre sagre sono riconosciute dall'UNESCO come patrimonio culturale immateriale che va difeso e valorizzato.

Per questo, le Pro Loco aderenti al Comitato Provinciale UNPLI Padova aderiscono alla Carta dei Valori delle 3S che testimonia il nostro impegno per organizzare Sagre Sicure Sostenibili.

QUESTA PRO LOCO ADERISCE ALLA CARTA DEI VALORI DELLE PRO LOCO PER LE 3 S - SAGRE SICURE SOSTENIBILI

Le nostre sagre e feste:

1. sono **storiche**, considerate nel tempo e di breve durata
2. promuovono la **tipicità, l'identità e la cultura locale**
3. valorizzano la qualità delle **produzioni agroalimentari tipiche** e delle preparazioni tradizionali
4. sono **colorate e caratterizzate** e rigate
5. mantengono **standard qualitativi adeguati** in tutti gli aspetti organizzativi
6. sono **attente alla sostenibilità** e all'impatto ambientale
7. contribuiscono a far **conoscere e promuovere il territorio**, la sua storia, le sue tradizioni
8. favoriscono il **collegamento** tra comunità locali
9. **collaborano** con il mondo della cultura, del pubblico mercato e con il tessuto produttivo locale
10. sono fondate sul **volontariato** e sull'impegno gratuito della persona



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F. Marangon
ITC Zanoni
Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

Relazione della Terza edizione del Concorso regionale Sagre e Feste Virtuose




CONCORSO TRA SAGRE E FESTE ORGANIZZATO DA LEGAMBIENTE FVG ONLUS

CON IL PATROCINIO DI




CON IL SOSTEGNO DI




A.A.P.A. - Agenzia regionale per la promozione del territorio del Friuli Venezia Giulia




UNPLI Comitato regionale del Friuli Venezia Giulia dell'Unione Nazionale delle Pro Loco e Feste

Proclamati i vincitori della terza edizione del concorso promosso da Legambiente

Valutazione attuale: ●●●●● / 5
Scorso ○ ○ ○ ○ ○ Ottimo VALUTAZIONE

Pubblicato 15 Marzo 2014 Scritto da Legambiente FVG onlus Visite: 327

👍 Mi piace
🔗 Condividi 19
🐦 Tweet 4
👍+1 1
🔗 Share



PROCLAMATI I VINCITORI DELLA TERZA EDIZIONE DEL CONCORSO PROMOSSO DA LEGAMBIENTE

PAROLA D'ORDINE: ABBATTERE LO SPRECO, DI RISORSE, DI COSTI, DI RIFIUTI.

CAMPIONI DEL DIVERTIMENTO SOSTENIBILE: GEMONA, FORMAGGI E ... DINTORNI E LA FESTA DEI CEREALI DI RIVE D'ARCANO

Comunicato stampa Udine, 15 marzo 2014

Classifica feste grandi (oltre 5000 coperti serviti):

- 1^a **Gemona, formaggi e ... dintorni**, organizzata dalla Pro Loco Glemona
- 2^a **Fieste da Viarte di Cormons**, organizzata dall'associazione Amis da Mont Quarine
- 3^a **San Daniele Cavalli – San Daniele Solidale**, organizzata dall'associazione Horse & Joy

Classifica feste piccole:

- 1^a **Festa dei Cereali**, organizzata dalla Pro Loco di Rive d'Arcano
- 2^a **Biofesta**, organizzata dalla Pro Loco di Ragogna
- 3^a **Sagra del Coniglio**, organizzata dal Comitato San Nicolò di Manzano

Menzione Speciale (vincitrice della classifica per le attività socio-culturali)
Gaia@mente di Merlana di Trivignano Udinese

I numeri di questa edizione hanno visto **41** partecipanti (22 nella precedente), le giornate del "divertimento sostenibile" sono passate a **251**, per un totale di circa **340.000** coperti virtuosi serviti e finalmente per il primo anno hanno partecipato anche due feste della provincia di Trieste.


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

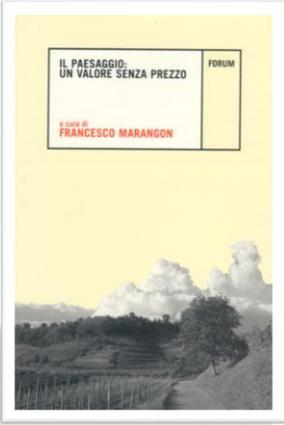
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
 ITC Zanoni
 Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

UNA QUESTIONE DI PRIORITÀ, DI VALORI E DI MISURA

TRA RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI: quanto può “valere” il paesaggio?




UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
 ITC Zanoni
 Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

Il paesaggio è una risorsa economica?

- INFLUISCE SULLA FUNZIONE TURISTICA E RICREATIVA DEL TERRITORIO (benefici per l'economia locale e per i visitatori)
- INFLUENZA IL BENESSERE DEI RESIDENTI (maggiore qualità dell'abitare e maggior valore del patrimonio immobiliare)
- CONTRIBUISCE A CREARE L'IMMAGINE DEI PRODOTTI LOCALI (MARKETING TERRITORIALE) (benefici per i produttori)

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

Il paesaggio come bene economico

- Il paesaggio, specie nella società contemporanea, è venuto assumendo sempre più la natura di **risorsa scarsa**, e di conseguenza, di **bene economico**.
- Il paesaggio è **un'esternalità** e che assume generalmente la natura di **bene pubblico puro**.
- Il paesaggio pertanto rappresenta un esempio di **fallimento del mercato** che richiede un **intervento pubblico**.

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

L'inefficienza del mercato

- Per correggere l'inefficienza del mercato connessa alla gestione del paesaggio rurale, l'**operatore pubblico** usa diverse **strategie** :
 - Interventi Comando e Controllo (vincoli urbanistici)
 - Pagamento incentivi o sussidi (PAC)
 - Soluzioni contrattuali (coasiane)
- L' ampio ventaglio di interventi pone il problema **dell'efficienza delle azioni stesse**.
- Anche l'intervento pubblico volto a correggere le imperfezioni del mercato può a sua volta essere **inefficiente** e fonte di sprechi di risorse.

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

La valutazione del paesaggio

- La realizzazione di politiche o sistemi di PES per la conservazione e riqualificazione del paesaggio comporta la necessità di **valutarne i benefici**.
- Il **metodo** di valutazione da utilizzare dipenderà essenzialmente dallo **strumento** di politica paesaggistica impiegato e dagli **obiettivi** che si vogliono raggiungere.

Marangon e Tempesta, 2008

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

La valutazione del paesaggio

- Il valore del paesaggio dipende dalla sua capacità di soddisfare la **domanda** (i bisogni che può soddisfare).
- I due tipi di valore propri del paesaggio (storico-culturale; estetico-percettivo) possono essere **stimati** ricorrendo a:
 - **metodi Non Monetari**
 - **metodi Monetari**


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
 DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
 ITC Zanon
 Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
 RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

La valutazione del paesaggio

Le valutazioni **non monetarie**

- 1) Metodi **oggettivi** (esperti):
 - 1.1) ecosistemici;
 - 1.2) storici;
 - 1.3) visivi.
- 2) Metodi **soggettivi** (giudizi popolazione):
 - 2.1) analisi delle reazioni psicologiche;
 - 2.2) **valutazione per scale qualitative, punteggi o simili.**


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE
 DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE

F.Marangon
 ITC Zanon
 Udine, 7.4.2014

UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
 RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI

La valutazione del paesaggio

Le valutazioni **non monetarie** di tipo percettivo

<h3>Migliorano il paesaggio:</h3> <ul style="list-style-type: none"> • le siepi e i filari • i prati • gli alberi sparsi • i boschi in pianura • i corpi idrici 	<h3>Peggiorano il paesaggio:</h3> <ul style="list-style-type: none"> • i seminativi e le orticole • i fabbricati moderni • le strade di grande percorrenza • i tralicci dell'alta tensione
--	--

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

La valutazione del paesaggio

Le valutazioni **monetarie**

1. Metodi basati sull'analisi dell'**OFFERTA (costo)**
2. Metodi basati sull'analisi della **DOMANDA**

- basati su **comportamenti reali**
(preferenze *rivelate*)
 - **prezzo edonico (HP)**
 - **costo di viaggio (TC)**
- di tipo **ipotetico** (preferenze *dichiarate*)
 - **valutazione contingente (CV)**
 - **esperimenti di scelta (CE)**

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
---	--	--	--	--

La valutazione del paesaggio Il valore della conservazione dei paesaggi tradizionali in Italia

- 13 studi effettuati in Italia dal
1997 al 2007 con il metodo
della **valutazione contingente**
- Disponibilità media a pagare
per famiglia per anno = **€ 60,7**



**UNIVERSITA
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

La valutazione del paesaggio

Il valore della conservazione dei paesaggi tradizionali in Italia

- **Benefici derivanti dalla conservazione dei paesaggi rurali tradizionali in Italia: € 1.290 milioni per anno**
- **Spesa totale per le misure agroambientali previste dalla Politica Agricola Comunitaria in Italia: circa € 830 milioni per anno**
- **La spesa per la conservazione del paesaggio è molto più bassa dei benefici paesaggistici prodotti dal settore primario**



**UNIVERSITA
DEGLI STUDI
DI UDINE**

DIPARTIMENTO
DI SCIENZE ECONOMICHE
E STATISTICHE

F.Marangon
ITC Zanon
Udine, 7.4.2014

**UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO:
RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL
BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI**

The Value of EU Agricultural Landscape

Pavel Ciaian and Sergio Gomez y Paloma



JRC
EUROPEAN COMMISSION

© European Union, 2011

Table 1: Summary table of landscape valuation studies

Author	Method	Sample / year of survey	Type of landscape value	Unit	Region	Survey type
Drake (1992)	CVM (OE)	Two surveys: 1089 members of the general public from all Sweden, 152 members of the general public from Uppsala county/ 1986	WTP for the preservation of Swedish agricultural landscape relative to 50% of agricultural land being covered with spruce forest. - all Sweden survey: 468.5 SEK (68 ECU) for all landscape types - Uppsala survey: 729.4 SEK for all landscape types - Uppsala survey: grain production: 100 index, grazing land 191 index, wooded pasture 241 index.	SEK per person per year	Sweden	Face to face
Bomesch et al (2009)	CE (DE)	420 from residents /2007	Shift from intensive arable cultivation (status quo) to: - grassland dominated landscape: 48.48 - to "multifunctional" landscape: 87.68 - to high price scenario (with higher rate of cereals area) -16.43 - to intensive scenario (with lower yields) -13.17	€/household and year	Wetterau region, Hesse (Germany)	Face to face
Marangon and Visintin (2007)	CVM (DE)	Italy: 360 residents, Slovenia: 236 residents and non-residents / 2006	Shift from status quo vineyard landscape to - abandonment of production and loss of traditional landscapes (Italy): 72 (Collio), 113 (Colli Orientali del Friuli) 375 (whole region) - parcel consolidation and loss of traditional landscapes (Slovenia), residents: 239, non-residents: 38	€/household and year	Italy: Collio and Colli Orientali del Friuli; Slovenia: Brda	Face to face
Marangon, Troiano and Visintin (2008)	CVM (DE)	Italy: 200 residents, Slovenia: 200 residents / 2006	Shift from traditional olive landscape to abandonment of production and loss of traditional landscapes: 25.59 for combined border region.	€/household and year	Italy: Collio and Colli Orientali del Friuli; Slovenia: Brda	Face to face
Bateman and Langford (1997)		Marangon and Visintin (2007)	CVM (DE)	Italy: 360 residents, Slovenia: 236 residents and non-residents / 2006		Mail
Ciaian and Scarpa (2000)		Marangon, Troiano and Visintin (2008)	CVM (DE)	Italy: 200 residents, Slovenia: 200 residents / 2006		Face to face

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
--	--	--	--	--

The Value of EU Agricultural Landscape

Pavel Ciaian and Sergio Gomez y Paloma

JRC
EUROPEAN COMMISSION

© European Union, 2011

I calcoli indicherebbero che il **valore totale dei paesaggi rurali comunitari al 2009** sarebbe stimabile in un intervallo di **€24,5-36,6 miliardi all'anno**, con una media di **€27,1 miliardi**, rappresentando

- circa l'**8%** del valore totale della **produzione agricola EU**
- circa **la metà** delle spese complessive per la **PAC**.

	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE	DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE	F.Marangon ITC Zanon Udine, 7.4.2014	UNA ECONOMIA SOSTENIBILE PER IL XXI SECOLO: RISORSE AMBIENTALI E CULTURALI PER IL BENESSERE DELLE FUTURE GENERAZIONI
--	--	--	--	--

in primo piano

Remunerare i produttori per la conservazione delle bellezze paesaggistiche

Prof. Francesco Marangon, ordinario di Economia ed Estimo Rurale, Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche, Università degli Studi di Udine, presidente della Società Italiana di Economia Agraria (Sidea)

La valorizzazione e la tutela delle risorse paesaggistico-ambientali è tornata all'attenzione dell'opinione pubblica nazionale anche a fine 2013 quando sono apparse notizie di stampa in merito alla reazione critica di alcuni Comuni contrari allo sfruttamento pubblicitario dei propri territori da parte di aziende che nulla (o quasi) hanno a che fare con l'immagine utilizzata. Viene in mente a questo proposito

diverso grado di interazione pubblico-privato. All'interno di queste tipologie, emergono anche degli strumenti alternativi, incentivanti o negoziali o di altro genere, che, seppur maggiormente sperimentati in altri ambiti d'azione, possono rivelarsi efficaci anche nel contesto in oggetto. In Italia non c'è ancora una rilevante diffusione di questo strumento, sebbene rilevanti paiano gli ambiti