

## Il Cobat

Dal 2006 Cobat sostiene le Bandiere arancioni del Touring Club Italiano per lo sviluppo del turismo e la tutela dell'ambiente nei piccoli Comuni dell'entroterra.

Il Cobat è un ente senza fini di lucro, istituito per legge, il cui compito è la raccolta e il riciclo delle batterie al piombo esauste. Batterie che, alla fine del loro ciclo di vita, diventano un rifiuto classificato per legge come «pericoloso», poiché all'interno dell'involucro di plastica (in genere polipropilene) vi sono dei composti di piombo e acido solforico. Sostanze potenzialmente dannose non solo per la salute dell'uomo, ma anche per qualsiasi tipo di vita animale e vegetale.

Il Cobat assicura la raccolta gratuita tramite operatori incaricati che ritirano le batterie esauste presso tutti gli autoriparatori, nonché nelle «Isole ecologiche» istituite ad hoc dai Comuni o Gestori che effettuano la raccolta differenziata e nei punti di raccolta di imprese con alti consumi di batterie, di ipermercati, porti e consorzi agrari.

Le batterie esauste vengono poi conferite ai 7 impianti consortili per il riciclo, i quali, attraverso un processo industriale producono piombo «nuovo».

Il Cobat quest'anno festeggia 20 anni dalla sua istituzione, un anniversario importante che lo fotografa un efficiente sistema integrato in grado di organizzare la raccolta e il riciclo delle batterie al piombo esauste in Italia e di monitorare l'intero mercato. In 20 anni il Cobat ha **raccolto quasi 3 milioni di tonnellate di batterie esauste**, pari a **230 milioni di batterie avviate a riciclo**; attualmente, il tasso di recupero è prossimo alla totalità rispetto all'immesso al consumo. Tali quantità producono piombo oltre il 40% del fabbisogno nazionale di questa **materia prima** e la re-immissione nel circuito industriale si traduce in un **risparmio** annuale di circa **200 milioni di euro** rispetto alla necessità di importare piombo dall'estero.

Ma l'impegno del Cobat è anche **promuovere una coscienza sociale** che si preoccupi di **sviluppo sostenibile**. Per tale motivo abbina all'impegno giornaliero campagne di sensibilizzazione ambientale rivolte ai consumatori, con particolare attenzione ai giovani.

**20 anni sono la giusta occasione per ringraziare tutti coloro a cui il Cobat deve il proprio successo**, dai propri collaboratori, ai soci, alle aziende coinvolte nell'organizzazione consortile e a tutti coloro che lo sostengono condividendone le finalità ambientali



via Toscana, 1 - Roma  
numero verde 800 869120  
[www.cobat.it](http://www.cobat.it)

## Il Touring Club Italiano: dal 1894 per la civiltà del turismo

Il Touring Club Italiano viene fondato nel 1894 con l'obiettivo di diffondere e sviluppare i valori sociali e culturali del turismo, valorizzare l'ambiente e il paesaggio, promuovere la conservazione dei beni culturali, curare la realizzazione di pubblicazioni per il viaggio e per il viaggiatore.

La crescita del numero dei Soci (circa 400.000) ha trasformato il TCI in una delle organizzazioni no-profit più importanti in Italia. Il Socio Touring è testimone attivo di un turismo evoluto, responsabile, rispettoso dell'ambiente che condivide l'idea che il territorio sia un patrimonio, una risorsa preziosa da conoscere, rispettare, tutelare, tramandare.

### Accoglienza speciale per i Soci Touring

Le località Bandiera arancione riservano, a chi si presenta con la tessera Touring, un'accoglienza davvero speciale che prevede sconti, vantaggi e simpatici omaggi che rendono il soggiorno ancora più speciale.

La **Guida all'accoglienza Bandiere arancioni**, che racchiude gli esclusivi "gesti di benvenuto" offerti dalle località "arancioni", è disponibile su [www.bandierearancioni.it](http://www.bandierearancioni.it); nei negozi Touring e presso gli uffici del turismo delle località certificate.



### Bandiere arancioni:

- accreditate dal WTO come good practice nel turismo sostenibile (unico progetto italiano tra 50 selezionati in 31 paesi - 2001)
- miglior piano di promozione territoriale (Turismo Oggi - 2002)
- patrocinio dell'Enit

Nel 2002 nasce a Dolceacqua (IM) l'Associazione dei Paesi Bandiera Arancione per creare una rete di scambio e confronto tra le località certificate dal Tci ([info@paesiarancioni.it](mailto:info@paesiarancioni.it))



**Bandiere arancioni**  
**Direzione Attività associative e territorio**  
**Area Programmi territoriali**  
**Touring Club Italiano**

Corso Italia 10, 20122 Milano  
Tel 02.8526828 - fax 02.8526947  
[bandiere.arancioni@touringclub.it](mailto:bandiere.arancioni@touringclub.it)  
[www.bandierearancioni.it](http://www.bandierearancioni.it)  
[www.touringclub.it](http://www.touringclub.it)



**Touring Club Italiano**

# Bandiere arancioni

Località dell'entroterra  
selezionate e certificate  
dal Touring



# Cosa è la Bandiera arancione

La Bandiera arancione è il marchio di qualità turistico ambientale del Touring Club Italiano; è destinato alle piccole località dell'entroterra che si distinguono per un'offerta di eccellenza e un'accoglienza di qualità.

## Gli obiettivi

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

- la valorizzazione delle risorse locali;
- lo sviluppo della cultura dell'accoglienza;
- lo stimolo dell'artigianato e delle produzioni tipiche;
- l'impulso all'imprenditorialità locale;
- il rafforzamento dell'identità locale.

Per il turista la Bandiera arancione è un elemento di scelta che garantisce un'esperienza di qualità, alla scoperta di luoghi di cultura e tradizione, fuori dai flussi turistici tradizionali.

## I risultati dal 1998 al 2008

L'idea di Bandiere arancioni è nata nel 1998 in Liguria, dietro l'esigenza della Regione di valorizzare l'entroterra. Il Touring sviluppò quindi un modello di analisi (Modello di Analisi Territoriale, M.A.T. del Tci) che portò all'individuazione delle prime località "arancioni" e alla volontà di promuovere il marchio in tutta Italia. In dieci anni di attività il Touring ha assegnato la Bandiera arancione a 154 Comuni (dato aggiornato a luglio 2008) L'iniziativa Bandiere arancioni è dinamica e in continuo divenire. L'obiettivo è completare l'Italia, individuando piccole località d'eccellenza in ogni regione.

## I numeri chiave

<b>COMUNI CANDIDATI</b>	<b>1711</b>
<b>BANDIERE ARANCIONI</b>	<b>154</b>
<b>REGIONI con BANDIERE ARANCIONI</b>	<b>18</b>
<b>BANDIERE ARANCIONI RIRATE</b>	<b>2</b>

*dati aggiornati a luglio 2008*

# Il percorso

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

- **candidatura dei Comuni:** compilazione, da parte dei Comuni interessati, di una scheda di candidatura dettagliata;
- **analisi delle località e visita sul campo:** analisi dei dati e sopralluoghi, condotti in forma anonima dal Tci, attraverso cinque aree di analisi;
- **elaborazione dei risultati:** analisi dei dati e valutazione finale;
- **Bandiera arancione:** assegnazione della Bandiera arancione ai Comuni che soddisfano i criteri previsti; il marchio è temporaneo (due anni) e subordinato al mantenimento dei requisiti;
- **piano di miglioramento:** i Comuni candidati possono richiedere il piano di miglioramento con indicazione delle aree risultate critiche.



# Le località certificate

- hanno l'opportunità di rientrare nel **Piano di comunicazione TCI:** il portale [www.touringclub.it](http://www.touringclub.it) con una specifica sezione "arancione" e un'area riservata, il Programma di accoglienza, l'editoria e la cartografia Touring, i mensili Qui Touring e Touring Junior, le newsletter, animazione Touring, e altri strumenti mirati per i Comuni Bandiera arancione;
- hanno a disposizione segnaletica, bandiera ufficiale, l'utilizzo coordinato del logo;
- redigono un report semestrale di attività;
- ricevono indicazioni tecniche per mantenere la Bandiera arancione nel tempo;
- ogni due anni sono sottoposte a verifica.

# Le aree di analisi

L'analisi della località ripercorre l'esperienza del turista, dalla ricerca delle informazioni alla visita della destinazione, attraverso una valutazione quali-quantitativa che verifica oltre 250 criteri di analisi, raggruppati in cinque macroaree relative agli aspetti più rilevanti del sistema di offerta di una località:

## 1. Accoglienza

- informazioni turistiche e segnaletica
- sito Internet
- accessibilità e trasporti

Presenza e completezza dei servizi di informazione turistica e della segnaletica. Accessibilità alla località, mezzi di trasporto e mobilità interna.

## 2. Ricettività e servizi complementari

- ricettività alberghiera ed extra-alberghiera
- ristorazione
- servizi complementari

Completezza, varietà e livello del sistema ricettivo e ristorativo, nonché dei servizi complementari.

## 3. Fattori di attrazione turistica

- attrattività ambientale
- attrattività storico-culturale
- produzioni locali tipiche
- attrattività sociale, eventi

Grado di conservazione e fruibilità delle risorse storico-culturali e ambientali; offerta di produzioni agroalimentari e artigianali tipiche; valorizzazione della cultura locale attraverso manifestazioni ed eventi.

## 4. Qualità ambientale

- raccolta differenziata
- educazione ambientale
- elementi di impatto
- gestione del verde e del territorio

Azioni intraprese nell'ambito della gestione e dell'educazione ambientale e della tutela del paesaggio.

## 5. Struttura e qualità della località

- impianto e classificazione urbanistica
- arredo urbano
- vivibilità, atmosfera e ospitalità

Valutazione delle componenti, anche immateriali, decisive per determinare l'esperienza del visitatore e creare un'immagine positiva della destinazione.