

# **Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico**

---

Anno 2005



**a cura della Direzione Studi e Ricerche TCI  
in collaborazione con CONAI**

---

# **Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico**

---

Anno 2005

---

*La Direzione Studi e Ricerche TCI ringrazia Jacqueline Aloisi De Lardere, former Assistant Executive Director and Director, United Nations Environment Programme, per la preziosa collaborazione prestata in qualità di referee tecnico-scientifico di questo studio.*

*Un ringraziamento particolare a Massimo Lugaresi, Assessore al Turismo e alla Cultura del Comune di Rimini; Giuseppe Brandi, Sindaco di Ischia; Vito Impagliazzo, Console TCI di Ischia; ai tecnici del gruppo Hera di Rimini; ai direttori di Sofitel di Venezia e di Novotel Milano Est, per il supporto fornito nella fase sperimentale di questo studio.*

---

# Sommario

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>pag. 5</b>
<b>CAPITOLO 1 - PROSPETTIVE DEL TURISMO IN ITALIA</b>	<b>pag. 9</b>
<b>1.1 Il turismo: scenari a breve e medio termine</b>	<b>pag. 10</b>
1.1.1 Sostenibilità in primo piano per lo sviluppo turistico	pag. 10
1.1.2 Il turismo in Italia: alcuni elementi macroeconomici	pag. 11
1.1.3 I principali cambiamenti socioeconomici	pag. 12
1.1.4 Il sistema turistico e i suoi protagonisti	pag. 15
1.1.5 Turismo, sostenibilità e competitività	pag. 17
<b>1.2 La domanda e i modelli di consumo</b>	<b>pag. 20</b>
1.2.1 I turisti	pag. 20
1.2.2 Analisi e classificazione della domanda turistica	pag. 21
1.2.3 Variabili della scelta: cambiamenti e nuovi turismi	pag. 22
1.2.4 Il turismo nel mondo: situazione e previsioni	pag. 23
1.2.5 Il turismo in Italia	pag. 24
<b>1.3 Analisi dell'offerta</b>	<b>pag. 28</b>
1.3.1 Le imprese	pag. 28
1.3.2 La governance del settore turistico	pag. 31
<b>CAPITOLO 2 - TURISMO E SVILUPPO SOSTENIBILE</b>	<b>pag. 33</b>
<b>2.1 La definizione di sviluppo sostenibile</b>	<b>pag. 34</b>
<b>2.2 Turismo e sostenibilità nelle politiche europee</b>	<b>pag. 36</b>
<b>2.3 Economia, ambiente e società: i tre pilastri del turismo sostenibile</b>	<b>pag. 40</b>
<b>2.4 Sostenibilità come fattore di competitività del turismo</b>	<b>pag. 42</b>
<b>2.5 Internalizzazione dei costi ambientali e sociali del turismo</b>	<b>pag. 45</b>
2.5.1 Impatti ambientali	pag. 46
2.5.2 Impatti socio-culturali	pag. 50
2.5.3 Impatti economici	pag. 52
<b>2.6 Strumenti e soluzioni per la sostenibilità nel settore turistico</b>	<b>pag. 53</b>

---

<b>CAPITOLO 3 - MISURARE LA SOSTENIBILITÀ: INDICATORI PER L'IMPRESA E LA DESTINAZIONE TURISTICA</b>	<b>pag. 59</b>
<b>3.1 L'impresa e la destinazione turistica</b>	<b>pag. 60</b>
<b>3.2 La misura della sostenibilità per le imprese turistiche</b>	<b>pag. 63</b>
3.2.1 Introduzione	pag. 63
3.2.2 Il modello Global Reporting Initiative - GRI	pag. 64
3.2.3 Analisi delle Linee Guida GRI settoriali per Tour Operator	pag. 65
3.2.4 Indicatori di sostenibilità per l'impresa turistica	pag. 66
<b>3.3 La misura della sostenibilità per le destinazioni turistiche</b>	<b>pag. 72</b>
3.3.1 Introduzione	pag. 72
3.3.2 Il modello DPSIR	pag. 73
3.3.3 Ampliamento del modello DPSIR ai fattori chiave della sostenibilità	pag. 74
3.3.4 La metodologia Carrying Capacity: possibile ruolo nella misura della sostenibilità	pag. 76
3.3.5 Il concetto ecologico di capacità portante	pag. 77
3.3.6 La capacità portante nel turismo	pag. 77
3.3.7 L'integrazione della capacità portante nella misura della sostenibilità	pag. 79
3.3.8 Proposta di schema di valutazione	pag. 81
3.3.9 Indicatori di sostenibilità per la destinazione turistica	pag. 82
<b>CONCLUSIONI</b>	<b>pag. 87</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>pag. 92</b>

---

# Introduzione

L'idea di sviluppo sostenibile è diventata un punto fondamentale delle politiche pubbliche e di impresa in seguito all'emergere di differenti criticità che l'opinione pubblica e i consumatori hanno posto progressivamente all'attenzione dei decisori. Oggi, la sostenibilità dello sviluppo rientra espressamente tra gli obiettivi della nuova Costituzione europea e rappresenta quindi un tema sui cui è indispensabile aprire un ampio confronto tra enti di governo, cittadini e consumatori.

Il punto di partenza delle strategie a favore della sostenibilità è rappresentato indubbiamente dalle criticità ambientali. Negli anni Settanta i grandi incidenti industriali creano una consapevolezza diffusa sul problema della fragilità degli eco-sistemi sottoposti alla pressione di attività umane poco rispettose degli equilibri ambientali. La salute umana ne risulta pesantemente minacciata. Alla percezione della fragilità si aggiunge, e diviene preponderante in una nuova fase di strategie di prevenzione degli inquinamenti ambientali, la convinzione sempre più diffusa della scarsità del capitale naturale rispetto ad interventi antropici poco o per nulla orientati alla salvaguardia e al risparmio di materiali ed energia.

Tra gli anni Ottanta e Novanta, mentre prendono corpo le preoccupazioni della comunità scientifica mondiale per alcune criticità globali, come il fenomeno dei cambiamenti climatici, l'attenzione dell'opinione pubblica si sposta verso i temi della giustizia sociale. I mercati maturi dei Paesi industrializzati spingono gli operatori economici verso i mercati dei Paesi in via di sviluppo, sollevando le questioni della tutela dei diritti umani e di un'equa distribuzione della ricchezza presso le nuove comunità sociali di riferimento delle attività produttive. In pratica, tende ad emergere con forza crescente il tema della responsabilità sociale delle economie, che si declina poi con modalità differenti nelle aree più o meno ricche del mondo.

A fine anni Novanta e a partire dagli anni 2000, alcuni grandi scandali nella comunità degli affari portano in primo piano la necessità di riorientare ulteriormente le attività economiche verso principi di trasparenza ed etica nel *business*, per riportare equità in un meccanismo di distribuzione del valore dimostratosi poco favorevole ai consumatori e, più in generale, alla collettività. È fuorviante, quindi, considerare le politiche di sostenibilità come una fase avanzata, e più matura, delle politiche ambientali. In realtà le politiche ambientali, che pure rappresentano una

---

parte importante delle politiche di sostenibilità, esprimono una visione settoriale che tende a concentrare programmi, azioni e strumenti su obiettivi di controllo più o meno radicali degli inquinamenti ambientali e qui si fermano.

Le politiche per la sostenibilità aprono una visione ampia che include nelle strategie, oltre ai fattori ambientali, i fattori economici e sociali da cui può dipendere la proposta di un nuovo modello di sviluppo qualitativo, attento al tempo stesso alla scarsità del capitale naturale, a valori di equità nella distribuzione della ricchezza e di rispetto delle identità culturali e sociali. Nei fatti, **le politiche per la sostenibilità rappresentano un terreno di ricerca di soluzioni per affrontare la complessità dello scenario socio-economico contemporaneo**, come dimostrano i tentativi di tradurre in pratica gli obiettivi sottesi a tali politiche.

Per il turismo, il dibattito sulla sostenibilità è recente, anche se è ormai pienamente presente, come si vedrà nelle pagine che seguono, nei documenti di indirizzo degli organismi internazionali e della stessa Unione Europea. Tuttavia, se correttamente impostato, proprio il dibattito sulla sostenibilità del turismo può dare conto del rapporto stretto che passa tra strategie per lo sviluppo sostenibile e governo della complessità.

**Turismo sostenibile significa**, in primo luogo, **mitigazione degli impatti** che i flussi turistici, se non correttamente gestiti, possono determinare sul contesto complessivo in cui l'esperienza turistica si svolge: l'ambiente naturale, l'economia locale, la dimensione socio-culturale della comunità ospitante. **Il turismo trova poi proprio nei fattori di attrattività ambientale, artistica e culturale la leva principale della propria competitività ed è quindi perfettamente coerente con le strategie di promozione e sviluppo del settore perseguire obiettivi di salvaguardia e valorizzazione di tali fattori.**

Ma c'è un aspetto ulteriore che dà conto del legame tra sostenibilità e governo della complessità. **La sostenibilità del turismo dipende in larga misura dal fatto che un medesimo orientamento venga perseguito dalle scelte strategiche messe in campo per le destinazioni turistiche**: la qualità ambientale della destinazione, la sua dotazione infrastrutturale in termini di trasporti e di servizi di pubblica utilità, la pressione che attività diverse dal turismo e dal suo indotto possono esercitare su di essa, sono tutti elementi che convergono a rendere praticabili strategie di sostenibilità turistica che non si limitino a restare scritte sulla carta, ma cerchino di produrre risultati concreti. Da questo punto di vista, **la sostenibilità turistica può rappresentare una straordinaria sfida per una generale riqualificazione dei contesti naturali e urba-**

---

**ni** che costituiscono la destinazione attuale o potenziale dei flussi turistici nel nostro Paese. Si introduce così un ulteriore legame, che unisce questa volta **sostenibilità e qualità**: risolvere la complessità e le criticità ad essa connesse in termini di condizioni di vita e di accesso a beni e servizi significa anche innalzare i livelli di qualità complessivi delle modalità di fruizione di cittadini, consumatori e turisti. Nella fase che stiamo attraversando, e soprattutto **nel contesto italiano, una ripresa solida del turismo dipende fortemente da un impegno a favore di un miglioramento dei livelli di qualità**, oltre che da una politica equilibrata dei prezzi dei servizi offerti.

È con questa chiara consapevolezza del rapporto che lega sostenibilità turistica e gestione della complessità dei territori che Touring Club Italiano, in collaborazione con CONAI, propone una riflessione sulle prospettive di uno sviluppo sostenibile per il turismo italiano. La nostra proposta è orientata alla ricerca di soluzioni applicabili nelle realtà concrete delle destinazioni e delle imprese turistiche. Per questo, è stata elaborata una metodologia per valutare i livelli di sostenibilità delle destinazioni e delle imprese turistiche. La metodologia qui proposta, che si basa su un'attenta analisi dei modelli già sperimentati dalle più accreditate esperienze internazionali, non vuole essere un sistema di certificazione o di marchiatura. La metodologia TCI non intende nemmeno porsi in contrasto con la molteplicità di strumenti attuativi delle politiche di sostenibilità che sono già disponibili sia per le imprese sia per le destinazioni turistiche. L'utilità di una riflessione comune su questi strumenti e sulla ricerca di soluzioni condivise può servire eventualmente a razionalizzare e rendere più efficaci iniziative che si muovono nella stessa direzione. E a far crescere una cultura innovativa per uno sviluppo turistico di qualità e sostenibile nel lungo termine. TCI propone quindi un metodo di analisi, in pratica un metodo diagnostico, per orientare e dare contenuto a possibili scelte strategiche a favore della sostenibilità da parte dei decisori pubblici e di impresa, sul presupposto che non si possa "decidere" senza aver prima "misurato". Con profondo spirito di collaborazione verso i possibili interlocutori proponiamo perciò il nostro lavoro, giunto attualmente a una prima sperimentazione che richiede indubbiamente affinamenti e confronti ulteriori. Ed è soprattutto con l'intento di promuovere la parte migliore del sistema turistico italiano, quella del suo straordinario patrimonio naturale, artistico e culturale, che fa del nostro Paese una realtà unica nello scenario mondiale.





---

# **1. Prospettive del turismo in Italia**

---

# 1.1 Il turismo: scenari a breve e medio termine

## 1.1.1 Sostenibilità in primo piano per lo sviluppo turistico

Il turismo, da intendersi come l'insieme delle attività di fruizione legate a un viaggio e a un soggiorno in un luogo in un determinato intervallo di tempo, è un fenomeno trasversale, composito, influenzato da numerosi fattori, che impatta in modo significativo sulla realtà economica, sociale e ambientale in cui si sviluppa.

Il turismo rappresenta oggi un **settore economico in espansione**, che pone alla base del proprio "processo produttivo" risorse primarie limitate e spesso meritevoli di forme particolari di tutela: **attrattori naturali, artistici e culturali**.

Questi due aspetti, e cioè un trend generale di crescita e un'esigenza di salvaguardia delle risorse di base, rendono indispensabile una riflessione che:

- da un lato, consenta di **individuare i fattori di competitività idonei a sostenere lo sviluppo turistico nel lungo periodo** e le relative misure di valorizzazione;
- dall'altro lato, consenta di **orientare** i comportamenti della **domanda** e lo sviluppo dell'**offerta in senso favorevole alla conservazione e alla valorizzazione delle risorse** che alimentano l'attrattività e la fruizione turistica.

In pratica, lo stretto legame che unisce il turismo, e le sue reali prospettive di sviluppo, a risorse e fattori di attrattività caratterizzati da un'intrinseca "scarsità" e "fragilità" – come è il caso dei beni ambientali, paesaggistici, artistici e culturali – porta in primo piano, nelle strategie di articolazione del sistema di domanda e offerta turistica, il tema della sostenibilità. L'idea, applicata ormai anche dalle più tradizionali scuole di pensiero all'economia nel suo complesso, che la prospettiva di una crescita lineare illimitata si scontri oggi con una oggettiva scarsità del capitale naturale posto a sostegno delle economie nei vari Paesi, si rivela quindi particolarmente indicata per orientare il modello di sviluppo dell'economia turistica, che dipende fortemente dai livelli di qualità che proprio il capitale naturale (unito al patrimonio artistico e culturale) è in grado offrire alla domanda di fruizione turistica.

È quindi opportuno avviare una riflessione su un possibile percorso di sviluppo sostenibile del turismo che, oltre ad aprire orizzonti di lungo periodo, introduca un elemento distintivo capace di avvantaggiare il posizionamento dell'offerta turistica italiana, favorendone già oggi i

risultati nel mercato. In questa direzione spingono d'altra parte le più recenti prese di posizione delle istituzioni comunitarie, come si è visto nelle pagine introduttive a questo studio e come si dirà più diffusamente nel successivo Capitolo 2.

## 1.1.2 Il turismo in Italia: alcuni elementi macroeconomici

Gli indicatori macroeconomici attestano che **il consumo turistico degli italiani rappresenta una quota significativa delle spese familiari**, pari all'11% del totale. Dalla tabella che segue (Tabella 1) risulta che l'incidenza del turismo dal 1996 al 2002 si attesta sempre sullo stesso valore, crescendo, quindi, in modo proporzionale all'aumento delle spese, che, nello stesso periodo sono aumentate del 25%.

**Tabella 1 - Indicatori macroeconomici**

ANNO	PIL (MILIONI DI €)	SPESA DELLE FAMIGLIE (A) (MILIONI DI €)	CONSUMI DEI TURISTI (B) (MILIONI DI €)	INCIDENZA SUL TOTALE (B/A) (VALORE %)	OCCUPATI NEL SETTORE TURISTICO
1996	905.374	601.854	62.841	10,4%	1.853.000
1997	1.026.285	600.130	67.783	11,3%	1.999.000
1998	1.073.019	632.592	69.009	10,9%	2.007.000
1999	1.108.497	661.737	72.201	10,9%	2.033.000
2000	1.166.548	698.940	76.830	11,0%	2.100.000
2001	1.220.146	726.695	80.196	11,0%	2.247.000
2002	1.258.349	752.205	82.719	11,0%	2.274.000
2003	1.300.926	-	85.318	-	2.377.000

Fonte: Istat, elaborazione Ciset su dati WTTC, 2003

Ponendo ora l'attenzione sul tema del **lavoro nel turismo**, la stessa Tabella illustra, nel periodo considerato, una crescita del 22% degli occupati nel settore turistico, caratterizzato da questo punto di vista da due elementi: l'**elevata stagionalità** e il **livello di formazione medio-basso** della forza lavoro. È questo il risultato di un settore che ha forti picchi di domanda concentrati in pochi momenti dell'anno, e della tipologia di lavoro in cui è impegnata la maggior parte degli addetti.

Già questi dati pongono in evidenza l'incidenza dell'economia turistica sull'andamento generale dei consumi, da un lato, e sull'occupazione dall'altro lato, e, quindi, la centralità di una

---

strategia specificamente focalizzata sul turismo nell'ambito della più generale riflessione sulle prospettive di un modello di sviluppo economico sostenibile.

### 1.1.3 I principali cambiamenti socioeconomici

Prima di procedere nell'analisi quantitativa, è necessario introdurre un insieme di elementi qualitativi che hanno influenzato i comportamenti sociali e dei turisti in particolare negli ultimi anni. È utile cioè cercare di individuare le linee di tendenza che stanno oggi influenzando in maniera determinante il turismo.

L'aumento del tempo libero, la disponibilità di reddito per consumi non essenziali, lo sviluppo dei mezzi di comunicazione e di trasporto, sono stati tra i principali fattori di sviluppo del turismo come fenomeno diffuso almeno fino a fine degli anni Novanta.

Oggi lo scenario mette in luce nuovi fattori a forte incidenza sulla domanda e sull'offerta turistica. Tali fattori, di ordine socio-demografico, economico e politico, e relativi ai servizi e alle tecnologie, possono esercitare un'influenza forte o debole a seconda dei mercati e dei segmenti specifici. Tali elementi, inoltre, si influenzano reciprocamente, con effetti finali difficilmente prevedibili.

FATTORI SOCIO-DEMOGRAFICI, ECONOMICI E INFRASTRUTTURALI INCIDENTI SUL TURISMO	
FATTORI SOCIO-DEMOGRAFICI	EFFETTI
Aumento del livello generale di istruzione e cultura	<ul style="list-style-type: none"><li>• aumento propensione al viaggio</li><li>• diversificazione esperienza, aumento ricerca di valori culturali e paesaggistici</li></ul>
Maggiore attenzione al livello qualitativo della vita in generale	<ul style="list-style-type: none"><li>• posizione sempre più alta del turismo nella gerarchia dei consumi</li><li>• concezione rinnovata della vacanza: non più semplice occasione di riposo (vacanza passiva) ma opportunità dinamica di svago e conoscenza di altri luoghi (vacanza attiva)</li></ul>
Riduzione delle nascite e nuclei familiari sempre più ristretti	<ul style="list-style-type: none"><li>• maggior numero di coppie senza figli o di single</li><li>• importanza di un'offerta flessibile e aperta all'individuale</li></ul>
Maggiore attenzione alla salute e al benessere complessivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• cresce l'importanza dell'offerta rivolta alla salute (terme, beautyfarm, ecc.) come componente principale della vacanza o come servizio aggiuntivo rilevante</li></ul>

Aumento delle aspettative di vita e incremento della percentuale di anziani nella popolazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• maggior numero di turisti anziani con potere d'acquisto medio-alto</li> <li>• evidenza di nuovi bisogni, ricerca di sicurezza e qualità</li> </ul>
<b>Urbanizzazione crescente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aumento richiesta <i>leisure</i></li> <li>• <b>aumento richiesta fattore ambiente</b> nell'esperienza turistica</li> </ul>
<b>Maggiore diffusione della sensibilità ambientale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>maggiore richiesta di qualità ambientale nei servizi e nelle località</b></li> <li>• <b>ricerca crescente di luoghi e tempi nuovi fuori dalle rotte di massa</b></li> <li>• <b>maggiore domanda di natura in termini di attrattore e di esperienza</b></li> <li>• <b>possibile crescita del peso della comunità ospitante nella politica locale della destinazione</b></li> </ul>
<b>Ricerca crescente di esperienze autentiche, ricerca delle località minori e delle tradizioni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grande sviluppo dell'escursionismo e del viaggio breve</li> <li>• sviluppo della ricettività alternativa (B&amp;B, agriturismi)</li> <li>• maggiore importanza di prodotti ed eventi tradizionali e locali</li> </ul>
Aumento del contributo femminile e relativo aumento del reddito familiare, ma riduzione tempo disponibile per attività in comune	<ul style="list-style-type: none"> <li>• viaggi più frequenti ma di minore durata</li> <li>• importanza delle offerte per coppie o famiglie</li> </ul>
<b>Incremento della sensibilità culturale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>richiesta di elementi ed eventi culturali nell'esperienza di viaggio</b></li> <li>• <b>maggiore attenzione alle dinamiche e agli impatti culturali e sociali</b></li> </ul>
Maggiore esperienza dei turisti nell'acquisto di prodotti e servizi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• domanda di turismo più personalizzata e articolata</li> <li>• richiesta del livello standard dei servizi più elevato</li> <li>• importanza crescente del rapporto qualità/prezzo</li> </ul>
<b>FATTORI ECONOMICI</b>	<b>EFFETTI</b>
Rallentamento di alcune economie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• clima di incertezza sulle prospettive economiche di breve e medio periodo</li> <li>• minor propensione alla spesa</li> <li>• grande attenzione al rapporto qualità/prezzo</li> <li>• probabile diminuzione delle permanenze</li> </ul>
Limitata possibilità di spesa media dei turisti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grande attenzione al rapporto qualità/prezzo</li> <li>• diminuzione permanenza media</li> <li>• importanza crescente della qualità dell'attrattore base a discapito degli elementi aggiuntivi</li> </ul>

SERVIZI E INNOVAZIONE TECNOLOGIA	EFFETTI
Sviluppo dell'utilizzo di Internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• maggior ruolo dei siti web per presentare attrattori, informazioni, offerte</li> <li>• spostamento verso la rete di parte dell'intermediazione</li> <li>• maggiori possibilità per il turista di informarsi, confrontare, valutare</li> </ul>
Diffusione del mezzo aereo low cost	<ul style="list-style-type: none"> <li>• allargamento possibili destinazioni</li> <li>• sviluppo short breaks</li> <li>• sviluppo ulteriore del medio e lungo raggio</li> <li>• maggiori servizi per i bacini di utenza decentrati</li> </ul>
Maggiore propensione all'uso della carta di credito e del commercio elettronico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• crescita prenotazioni online</li> <li>• crescita acquisti online</li> </ul>

Vi sono poi alcuni **fattori geo-politici** che hanno influenzato profondamente domanda e offerta turistica negli anni più recenti, con effetti tuttora persistenti.

Anzitutto una **situazione internazionale** molto critica che ha riportato una forte attenzione sul fattore sicurezza. Ciò ha determinato non solo conseguenze dirette su determinate destinazioni mondiali, ma, in generale, una minor propensione al lungo raggio e un tendenziale spostamento dei flussi verso luoghi di prossimità e minori. Questo fenomeno ha registrato una prima, parziale controtendenza, con la crescita dei viaggi verso gli USA nell'estate 2004. La destinazione USA è stata indubbiamente aiutata dal cambio favorevole euro/dollaro. I tragici eventi che hanno colpito le mete asiatiche a dicembre 2004 potranno tuttavia determinare un ulteriore ri-orientamento della domanda turistica verso destinazioni prossime e percepite come "più sicure". Merita di essere richiamata anche l'influenza esercitata da alcuni casi epidemici (SARS ad esempio), che hanno precluso lo scambio di flussi turistici con alcune destinazioni e aumentato il clima di incertezza.

Inoltre va registrato un certo **rallentamento presso alcune importanti economie** (USA, Germania e Giappone), con conseguente limitazione dei flussi in partenza e soprattutto della spesa turistica internazionale in Italia (americani e giapponesi in particolare come *big spenders*). Un ulteriore elemento da sottolineare è il **minor potere di acquisto** della domanda turistica. Aumento dei prezzi, incertezza economica, limitate prospettive di sviluppo nel breve periodo hanno contenuto, negli anni più recenti e, in particolare, nel corso del 2004, la propensione alla spesa turistica.

---

L'insieme di questi fattori sta portando a un forte incremento dei viaggi brevi e dell'escursionismo, a una frammentazione della vacanza, a una perdita di fidelizzazione verso le destinazioni. **I flussi potrebbero risultare quindi meno prevedibili e governabili, con grandi concentrazioni temporali e con impatti crescenti sulle destinazioni e sulle comunità locali.**

Il macro trend di maggior rilevanza, che prescinde dall'andamento più o meno congiunturale delle singole economie turistiche, è comunque la **crescente dimensione numerica del turismo nel suo complesso** (v. *infra*, § 1.2.4). Oggi più che mai la vacanza è alla portata di un numero significativo di persone che possono scegliere tra un numero elevato di alternative, anche se con modalità che rispecchiano nuovi stili di vita e di consumo. Di nuovo, è **quindi indispensabile prevedere e governare i possibili impatti che i flussi turistici sono in grado di determinare sui territori e sull'equilibrio complessivo delle comunità dei cittadini residenti.**

D'altro canto, l'analisi dei fattori socio-demografici che incidono oggi sul comportamento del turista ha messo in luce una nuova sensibilità, e quindi, una nuova domanda di valori ambientali e culturali. **Natura, arte e cultura rappresentano fattori crescenti di attrattività di un nuovo turismo, che cerca nel viaggio e nella vacanza livelli elevati di qualità della vita.**

L'orientamento delle strategie di sviluppo turistico agli obiettivi di sostenibilità diviene quindi a tutti gli effetti una leva di competitività in grado di connotare il sistema dell'offerta anche nel mercato internazionale. L'Italia sembra essere il contesto ideale per avviare questo processo, a causa della sua straordinaria dotazione di fattori di attrattività ambientali, paesaggistici, artistici e culturali.

**Il sistema Italia avrebbe cioè pieno titolo per fare della salvaguardia e della valorizzazione dei propri beni ambientali, artistici e culturali la carta vincente della propria offerta turistica nel mercato interno e nel mercato internazionale.**

#### **1.1.4 Il sistema turistico e i suoi protagonisti**

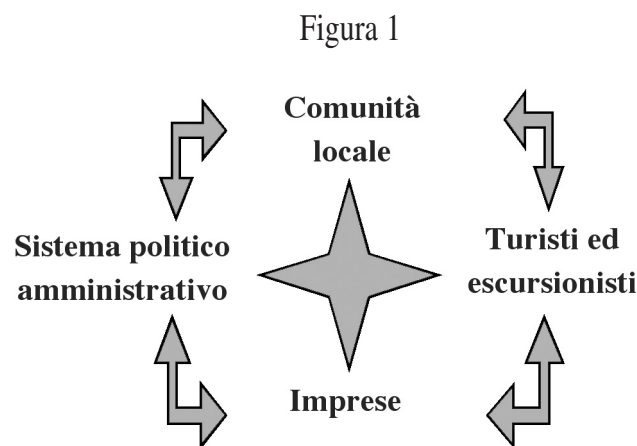
Il turismo è la risultante dell'interazione fra alcune categorie di soggetti: i turisti, le imprese, i cittadini che compongono la comunità ospitante e il sistema politico-amministrativo che governa le destinazioni.

Questi soggetti interagiscono sul territorio, facendosi portatori di una molteplicità di interessi e di comportamenti che a volte risultano orientati nella stessa direzione, altre volte si rivelano



---

invece concorrenti o addirittura in conflitto tra loro (Figura 1, modello di McIntosh-Goeldner).



I **turisti** (e gli escursionisti, i visitatori non pernottanti) tendono a soddisfare i bisogni che hanno suscitato determinate motivazioni e condotto a precise scelte in termini di luogo, tipologia, periodo, comportamenti di consumo.

L'**impresa** punta a erogare beni e servizi, semplici o composti, turistici in senso stretto o complementari, per soddisfare la massima parte dei bisogni del visitatore. Alcune imprese possono risultare coinvolte pur non operando direttamente nella località.

La **comunità ospitante** condivide lo spazio e talora i servizi con i cittadini temporanei, i turisti. Gli abitanti del luogo possono o meno essere coinvolti nella filiera dell'ospitalità ed essere quindi raggiunti in modalità e in misure diverse dagli impatti positivi e/o negativi che lo sviluppo turistico comporta.

Il **sistema politico-amministrativo** esercita l'attività di governo del territorio, assicurando alcune regole di relazione fra i diversi soggetti del sistema turistico. L'amministrazione, nell'ambito della propria attività programmatica e regolativa, potrà quindi orientare in modo sensibile lo sviluppo dell'offerta turistica e la gestione della domanda.

Il territorio e le sue risorse rappresentano il contesto all'interno del quale si sviluppano le relazioni fra le quattro tipologie di soggetti, ed è anche l'ambito nel quale si ripercuotono gli effetti che lo sviluppo turistico comporta.

L'attuazione di strategie di sostenibilità nello sviluppo dell'economia turistica richiede un'attenta considerazione dei ruoli dei diversi attori che compongono il sistema appena descritto. Per ottenere risultati tangibili, è indispensabile identificare **strumenti di supporto al proces-**

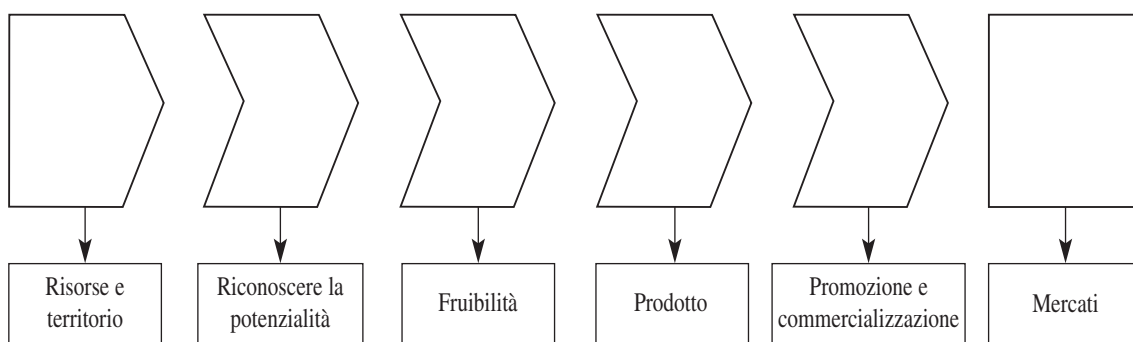
---

so **decisionale** capaci di orientare la dinamica della domanda e dell'offerta turistica verso gli obiettivi della sostenibilità e, quindi, a una **visione integrata degli aspetti di sviluppo economico, sociale e di valorizzazione e tutela delle risorse naturali, artistiche e culturali**. Il tema non è di lieve entità, soprattutto se si considera che il modello semplificato sopra descritto può essere reso più o meno complesso dall'interazione di fattori ulteriori come la diversità e molteplicità dei sistemi di offerta locale, la connessione tra il livello di governo locale e i diversi livelli sovraordinati, l'esistenza di forme organizzative miste pubblico-privato per la gestione dei diversi fattori di attrattività turistica, i diversi livelli di organizzazione e rappresentatività degli interessi presenti sul territorio.

### 1.1.5 Turismo, sostenibilità e competitività

Un disegno efficace e durevole di sviluppo del turismo, che riconosca al territorio la centralità e il valore identitario che gli sono propri, può realizzarsi solo attraverso un **rapporto equilibrato tra i visitatori e il patrimonio di risorse ambientali, artistiche e culturali della destinazione**. Nel lungo termine, lo sviluppo dell'economia turistica può derivare solo da una visione solidamente orientata alla tutela e alla valorizzazione di tale patrimonio entro un quadro organico di competenze e di funzioni dei pubblici amministratori e degli operatori.

Questo orientamento si precisa analizzando il percorso che conduce le risorse a diventare attrattori proposti al mercato dal sistema di offerta turistica. Tale percorso è sintetizzabile nello schema seguente:



**Le risorse di un territorio non costituiscono di per sé attrattive turistiche.** Per assumere la funzione di elementi attrattivi e quindi possedere la capacità di attivare i flussi di turismo atte-

---

si dallo sviluppo socio-economico locale e del territorio, il bene deve essere anzitutto **ricosciuto** come una risorsa, ovvero, in termini turistici, **come un potenziale attrattore**. Va sottolineato inoltre, che i cambiamenti della domanda possono rendere fattori di attrattiva nuove tipologie di beni, che possono quindi trovarsi al centro di un processo di consumo turistico precedentemente non considerato dal sistema locale.

Il processo prosegue con l'attivazione dell'insieme di azioni destinate a **rendere accessibile e fruibile il potenziale attrattore**. In termini generali ciò significa attivare strutture, servizi primari, l'intero set di *facilities* che rende operativamente fattibile l'esperienza del turista.

L'insieme delle risorse e dei servizi diviene quindi un **prodotto turistico complesso**, più o meno integrato, più o meno inserito in pacchetti e intermediato, secondo modelli che verranno esaminati in seguito (v. *infra*, § 1.3).

Il percorso si completa con l'attivazione dei processi di **comunicazione** e di **immissione nel mercato**, che dovranno necessariamente considerare le caratteristiche della domanda espressa tanto dalla comunità residente quanto dai turisti e visitatori in genere.

Questo processo che fa di un bene anche un prodotto turistico – per definizione un insieme di beni e servizi – richiede l'attivazione di un percorso che inserisca la risorsa in un circuito virtuoso di sinergie legate, da un lato, al contesto economico-produttivo locale, e, dall'altro, al sistema esistente di gestione e tutela del patrimonio ambientale, artistico e culturale.

Il percorso che fa di una risorsa (ambientale, artistica e culturale) un prodotto turistico, e che fa quindi di una località una destinazione turistica, genera quell'insieme complesso di relazioni che costituisce il sistema locale specificamente orientato all'offerta turistica.

Il processo sinteticamente descritto può portare a una molteplicità di trasformazioni che risultano strettamente connesse alle specifiche scelte di fruizione effettuate dai decisori per un determinato territorio.

Ciò che preme sottolineare in questa sede è quanto l'orientamento favorevole alla sostenibilità possa contribuire ad ottimizzare la trasformazione di una risorsa ambientale, artistica o culturale in un prodotto turistico (v. *infra*, Capitolo 2).

**Gli obiettivi di tutela e valorizzazione, impliciti alle strategie di sostenibilità, contribuiscono infatti ad aumentare l'attrattività del patrimonio ambientale, artistico e culturale di una destinazione, divenendo quindi, a tutti gli effetti, misure di sostegno alla competitività del settore turistico.**

---

In tal senso possono essere lette le raccomandazioni recentemente espresse dall'Organizzazione Mondiale del Turismo, secondo cui:

- le risorse ambientali devono essere protette
- il turismo deve portare benefici (economici e di qualità della vita) alle comunità locali coinvolte
- i visitatori devono poter vivere una esperienza qualitativamente positiva.

Più precisamente, i benefici generati all'economia turistica dall'implementazione di strategie di sostenibilità possono essere così delineati:

1. salvaguardia dell'ambiente naturale, artistico e culturale su cui si basano le prospettive di sviluppo del turismo;
2. riduzione dei costi derivante dal risparmio e da una maggiore efficienza nell'uso di risorse (energia, acqua) e materie prime;
3. miglioramento dei rapporti con gli *stakeholders* (cittadini, turisti, lavoratori, attori istituzionali e portatori di interessi);
4. miglioramento di immagine e di posizionamento nel mercato.

---

# 1.2 La domanda e i modelli di consumo

## 1.2.1 I turisti

La definizione di strategie e strumenti di gestione sostenibile delle destinazioni e delle imprese turistiche si basa in primo luogo sulla conoscenza della struttura e dell'andamento della domanda e dell'offerta turistica nell'ambito territoriale considerato.

Per mettere a punto lo scenario conoscitivo di base, è utile ricordare che la definizione di "turista" richiama le componenti spazio e tempo, cui si aggiunge un terzo fattore: la motivazione<sup>1</sup>.

La **dimensione spaziale** implica che il turista, per essere tale, deve affrontare uno spostamento che lo conduca alla destinazione in cui intende svolgere l'esperienza di fruizione turistica: tale fruizione deve quindi avvenire in luoghi diversi da quelli abitualmente frequentati.

A definire ulteriormente il turista contribuisce poi la **variabile tempo**. È generalmente stabilita in un anno la durata massima dello spostamento al di là della quale il viaggiatore perde la connotazione di turista per acquisire quella di residente (a livello statistico, limite fissato in sede ONU). Dal punto di vista temporale, quindi, è turista chi effettua uno spostamento al di fuori del proprio luogo di residenza per un massimo di 365 giorni.

La durata dello spostamento permette di distinguere dai turisti, che restano nella località per un arco di tempo che va dalle 24 ore (pernotando) a un anno, coloro che non pernottano nella località o vi sostano per meno di 24 ore, ossia gli **escursionisti**. Questa distinzione merita un breve approfondimento sul diverso stile di consumo del prodotto turistico da parte di escursionisti e turisti. I primi sono consumatori di beni e servizi per un periodo limitato di tempo e determinano quindi minori introiti per le attività coinvolte, turistiche e non (es. strutture ricettive, ristorazione). Il consumo del turista si diluisce invece nei giorni di permanenza e consente alle amministrazioni e alle imprese di pianificare meglio la gestione dei beni e servizi dedicati. L'escursionista, quindi, si caratterizza per uno "sfruttamento intensivo" della destinazione in quanto la "consuma" nel più breve tempo possibile, usufruendo degli stessi servizi dedicati alla popolazione e/o ai turisti pernottanti e aumentando la congestione e i rischi legati alla non riproducibilità di alcune risorse presenti nel territorio.

**La distinzione tra flussi turistici e flussi escursionistici è fondamentale per valutare l'impat-**

<sup>1</sup>WTO International Conference on Travel and Tourism Statistics, Ottawa, 1991

---

**to effettivo del turismo sui territori e le comunità residenti nelle destinazioni.** In particolare, **la difficoltà di censire la presenza di escursionisti nelle destinazioni turistiche è alla base,** come si vedrà più oltre, **di alcune incertezze nella messa a punto di strumenti adeguati di gestione delle strategie di sostenibilità** (v. *infra*, Capitolo 3).

Dal fattore temporale, inoltre, deriva una distinzione relativa al tipo di viaggio: prende il nome di *short break* il periodo di turismo che si esaurisce in meno di 4 giorni (3 notti).

Vi è infine un terzo fattore, la **motivazione**. Il turista è considerato tale se lo scopo del viaggio non coincide con il trasferimento di residenza o lo svolgimento di un'attività remunerata. La classificazione di tutte le altre motivazioni di viaggio cambia a seconda del tipo di rilevazione che viene effettuata. In questa sede si prende in considerazione quella che distingue i motivi di viaggio in due macro categorie, vacanza e lavoro<sup>2</sup>.

## 1.2.2 Analisi e classificazione della domanda turistica

La classificazione della domanda turistica può essere effettuata secondo i più consueti criteri di segmentazione sociale ed economica che interessano le variabili anagrafiche, le fasce di reddito, il livello di istruzione, la distribuzione geografica. Ma le due modalità maggiormente utilizzate sono l'**analisi per motivazione del viaggio** e la **classificazione delle destinazioni per tipologia di risorse attrattive prevalenti**.

Per quanto concerne le motivazioni, la segmentazione può essere effettuata secondo le seguenti classi di viaggio:

**a) vacanza:** viaggio svolto per motivi prevalenti di relax, piacere, svago o riposo, visite a parenti o amici, motivi religiosi/pellegrinaggio, acquisto, studio, cure termali/mediche, trattamenti di salute;

**b) lavoro o professionale:** viaggio svolto per motivi prevalenti di lavoro temporaneo fuori sede o più in generale per motivi professionali (missioni partecipazione a congressi, convegni). Sono inclusi anche i viaggi effettuati per formazione e aggiornamento professionale o per sostenere concorsi.

Nell'elaborazione di politiche di sviluppo turistico delle destinazioni è utile considerare le opportunità connesse alle possibili combinazioni tra le due tipologie di turismo appena considerate. La strutturazione dell'offerta di turismo di affari anche in funzione di possibili fattori di

<sup>2</sup>Tale classificazione riprende quella utilizzata dall'Istat per le rilevazioni relative ai viaggi.

---

attrattività legati a natura, cultura ed *entertainment* può infatti ridurre le criticità connesse al fenomeno della stagionalità dell'economia turistica.

Basandosi sul secondo metodo di classificazione, invece, è possibile segmentare unicamente i turisti che svolgono viaggi di vacanza. Seguendo l'impostazione Istat, la vacanza può essere classificata come mare, crociera, lago, montagna, campagna e collina, agriturismo, giro turistico, città o località d'arte, vacanza studio, vacanza sport o altro tipo.

### 1.2.3 Variabili della scelta: cambiamenti e nuovi turismi

Le variabili che possono influenzare la scelta di consumo turistico hanno valenza socio-demografica e culturale (cfr. *supra*, §1.1). I recenti mutamenti di alcune di queste variabili hanno iniziato a condizionare la domanda turistica già da qualche anno.

Come si è visto nelle pagine che precedono, tra i maggiori cambiamenti delle modalità di viaggiare si possono citare:

- l'**aumento degli *short break***, ossia dei viaggi di non oltre quattro giorni;
- il ribaltamento della prospettiva della concezione di attività turistica: **da un turismo "passivo"** alla ricerca del riposo e della tranquillità, **all'idea "attiva" del viaggio** in cui non si cerca soltanto il relax, ma anche lo stimolo per conoscere e apprendere o per intraprendere attività fisiche;
- un **maggior numero di turisti di età avanzata** dovuto al progredire delle aspettative e della qualità di vita;
- una particolare **attenzione rivolta alle caratteristiche di qualità ambientale** nelle destinazioni turistiche;
- la ricerca crescente di **nuovi luoghi da scoprire** fuori dalle rotte di massa.

Nel complesso si può dire che questi mutamenti stanno portando (il processo è ancora in atto) verso una domanda più personalizzata e articolata, che indirizza l'offerta verso prodotti più integrati e diversificati.

In sintesi, le nuove tendenze di consumo turistico influenzate dai mutamenti appena descritti sono le seguenti:

- crescente richiesta di **turismo culturale**, non più semplice sinonimo di visita a musei, mostre e città d'arte, ma riferibile a una accezione allargata di cultura, che include tradizioni, usi, costumi e tipicità enogastronomiche;
- progressivo aumento di importanza di alcuni turismi di nicchia, come il **turismo natura-**

---

**listico**, il turismo culturale specificatamente legato all'**archeologia industriale** e il **turismo fluviale**. Segnali evidenti di una progressiva diversificazione del mercato turistico, da un lato, ma anche conferma del crescente bisogno di natura e cultura espresso dal turista contemporaneo;

- crescente richiesta di **accessibilità** per consentire la più ampia fruizione turistica alle persone affette da disabilità. È questo un segmento della domanda turistica che va di pari passo con l'invecchiamento della popolazione. L'Italia è stata uno dei primi Paesi in cui il tasso di mortalità ha pareggiato e superato quello di natalità. Questa tendenza, unita al continuo progredire dell'età media della vita, comporta una progressiva maggiore presenza di strati sociali più anziani che si caratterizzano per la necessità di servizi particolari richiesti (ad esempio inerenti la mobilità) e per una disponibilità economica superiore alla media. Attualmente la scelta per questa forma di turismo è limitata e spesso condizionata dalla presenza o meno di strutture che mettono a disposizione servizi accessibili;
- crescente richiesta di **crociere**: da quasi dieci anni gli operatori del settore hanno visto allargare il target di riferimento a classi sociali con redditi più bassi rispetto al passato;
- crescente richiesta di attività turistiche legate alle **terme** e alle **cure** più in generale, con aumento della domanda di servizi di **benessere e bellezza**.

In sintesi le nuove tendenze espresse oggi dai turisti mettono in luce **la ricerca crescente e diffusa di natura, cultura e qualità della vita**. A ciò si aggiunge una crescente attenzione al rapporto prezzo/qualità dei servizi offerti, come espressione di un comportamento di consumo condizionato da un ridotto potere di acquisto, ma anche maturo e consapevole del proprio "diritto di accedere a un servizio di qualità al giusto prezzo". Spendere il giusto per una buona qualità: questa è, in sostanza, la principale aspettativa del turista contemporaneo.

#### **1.2.4 Il turismo nel mondo: situazione e previsioni**

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, nel 2002 è stata superata la soglia dei 700 milioni di arrivi - 702,6 per l'esattezza - come inevitabile esito di un trend da sempre in costante crescita, fatta eccezione per il 2001 quando si è registrato un -0,5% rispetto all'anno precedente (Tabella 2).

Le previsioni indicano un aumento vertiginoso degli arrivi tra oggi e il **2020**, lasso di tempo in cui i viaggi dovrebbero più che raddoppiare, passando dagli attuali 702 milioni ai futuri 1.600



milioni. Il rallentamento degli anni 2001 e 2002 non sembra lasciare il segno sugli anni a venire, che nel medio-lungo termine compenseranno il decremento.

**Tabella 2 - Arrivi internazionali di turisti (milioni), 1995-2003**

AREA GEOGRAFICA	1990	1995	2000	2001	2002	2003	VAR. % 03/02	QUOTA %
AFRICA	15,0	20,7	28,6	29,2	29,9	30,8	+3,1	4,5
AMERICA	91,7	109,0	128,2	122,2	116,6	113,0	-3,1	16,4
ASIA E PACIFICO	57,7	85,6	114,9	120,5	131,1	119,3	-9,0	17,3
EUROPA	277,2	316,3	389,6	387,8	397,3	398,8	+0,4	57,7
MEDIO ORIENTE	9,8	13,8	24,3	24,0	27,9	28,8	+3,4	4,2
<b>TOTALE MONDO</b>	<b>451,4</b>	<b>545,4</b>	<b>685,6</b>	<b>683,7</b>	<b>702,8</b>	<b>690,7</b>	<b>-1,2</b>	<b>100</b>

Fonte: Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), 2004

Nel 2020 l'Europa manterrà il primato degli arrivi pur facendo registrare il tasso di crescita annuale medio più basso (+3,0%) rispetto alle altre aree geografiche. Gli arrivi nelle zone dell'Asia Orientale sino al Pacifico supereranno l'America già nel 2010 (Tabella 3).

**Tabella 3 - Arrivi internazionali di turisti, 1995-2020**

AREA GEOGRAFICA	ANNO DI PARTENZA 1995	PREVISIONI		VAR MEDIA % 1995-2020	QUOTA %	
		2010	2020		1995	2020
AFRICA	20,7	47,0	77,3	+5,5	3,8	5,0
AMERICA	109,0	190,4	282,3	+3,9	20,0	18,1
ASIA E PACIFICO	85,6	205,8	416,0	+6,5	15,7	25,4
EUROPA	316,3	527,3	717,0	+3,0	58,0	45,9
MEDIO ORIENTE	13,8	35,9	68,5	+7,1	2,5	4,4
<b>TOTALE MONDO</b>	<b>545,4</b>	<b>1.006,4</b>	<b>1.561,1</b>	<b>+4,1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), 2003-2004

## 1.2.5 Il turismo in Italia

L'importanza del settore turistico per l'economia italiana e l'incidenza sugli indicatori macroeconomici (nel 2003 il fatturato dell'economia dei viaggi e del turismo ammontava a 152.354 milioni di euro, equivalente all'11,7% del PIL nazionale) sono già state messe in luce nelle precedenti osservazioni (v. *supra*, §1.1). A completamento dell'analisi svolta, sembra utile aggiungere

qualche breve commento sulla situazione attuale ed alcune ipotesi di possibile scenario futuro. Analizzando il movimento turistico italiano dagli anni '70 ad oggi (Tabella 4) emergono alcune interessanti considerazioni. Innanzitutto si può notare come la crescita degli arrivi negli ultimi 30 anni sia stata graduale e continua sino al 2000 (+ 114%), anno particolarmente positivo per il turismo italiano grazie anche alla scadenza del Giubileo. Nello stesso lasso di tempo, però, le presenze non sono cresciute in modo proporzionale agli arrivi (+ 39%), abbassando la permanenza media nelle destinazioni di circa il 30%: dai 6,5 giorni del 1970 ai 4,2 del 2000. Si è così evidenziato un forte cambiamento nel consumo del prodotto turistico.

**Tabella 4 - Movimento turistico in Italia - serie storica 1970-2004 (valori in migliaia)**

ANNO	ARRIVI	PRESENZE	PERMANENZA MEDIA
1970	37.410	244.258	6,5
1975	42.619	291.383	6,8
1980	51.564	328.772	6,4
1985	56.948	333.528	5,9
1990	59.057	252.216	4,3
1995	67.169	286.490	4,3
2000	80.032	338.885	4,2
2001	81.773	350.323	4,3
2002	82.030	345.965	4,2
2003	82.725	344.413	4,2
2004	82.968	336.843	4,1

Fonte: Istat, 2005

Nel corso degli ultimi tre anni si è registrata una generale stabilizzazione del movimento turistico in Italia. Pur restando sempre al di sopra dei valori del 2000, a partire dal 2001 è iniziato un arresto del movimento che sino al 2003 è rimasto pressoché invariato. I dati provvisori del 2004 di alcuni periodi stagionali e per alcuni comparti, invece, registrano una diminuzione del movimento turistico distribuita lungo tutto il Paese, in termini sia di arrivi sia di presenze. Rispetto a tale andamento sembra ragionevole ritenere che, da un lato, stiano emergendo le ripercussioni di medio termine di alcuni cambiamenti macroeconomici internazionali (l'introduzione dell'Euro in primis, ma anche l'esaurirsi della bolla speculativa di fine anni '90). È certo, d'altro canto, che il periodo di incertezza e instabilità economica, politica e sociale che

---

caratterizza lo scenario mondiale non facilita il progresso del settore.

Al di là di tali fattori congiunturali, **pesano sul turismo italiano alcuni fattori strutturali** che dipendono, oltre che da una contrazione dei livelli di reddito, da un riorientamento della domanda turistica lungo le linee precedentemente descritte e **che il sistema dell'offerta deve, a questo punto, tenere in adeguata considerazione**. A lungo, nel nostro Paese, l'offerta ha condizionato la domanda: ora siamo di fronte a una tendenza di segno opposto. Solo una energica reazione del sistema dell'offerta alle nuove aspettative dei turisti può quindi contribuire, nel breve periodo, quanto meno a rallentare la flessione dell'economia turistica registrata nel nostro paese a partire dal 2001. In caso contrario, la frenata potrà essere anche più brusca di quanto registrato nell'estate 2004.

Analizzando brevemente la distribuzione del movimento turistico nelle destinazioni (Tabella 5), si osserva che, dal 1990 al 2002, l'incidenza delle località d'arte e di quelle montane aumentano rispettivamente del 5% e del 3%, a conferma dei trend illustrati in precedenza, ossia richiesta di turismo culturale e maggiore sensibilità all'ambiente con nuovi approcci (ad es. nuovi sport). Le città d'arte rappresentano ormai quasi il 25% degli arrivi di turisti in Italia a dimostrazione del fatto che **il nostro Paese è percepito come meta culturale anche più che in passato**, mentre il settore balneare, pur registrando il più alto numero di arrivi in valore assoluto, rappresenta un segmento ormai maturo, la cui incidenza si è stabilizzata negli anni attorno al 34%. Del resto la vacanza breve, fenomeno illustrato in precedenza, ben si concilia con la domanda di turismo culturale che non necessita di soggiorni eccessivamente lunghi per essere soddisfatta. Anche la limitata percezione della qualità ambientale delle spiagge italiane va tenuta in adeguata considerazione per comprendere lo spostamento di preferenza verso Paesi limitrofi (ad es. Croazia) mostrato da alcuni tradizionali segmenti di turismo straniero nell'estate 2004.

Spostando l'attenzione sulla dimensione internazionale, ossia sui dati di incoming e outgoing, si possono ricavare ulteriori spunti interessanti. Dal punto di vista della bilancia dei pagamenti (Tabella 6), si nota come le entrate valutarie siano cresciute in modo esponenziale dagli anni '70 al 2000, con qualche rallentamento a metà degli anni '80 e '90. Dal 2001 al 2003, invece, si è registrato un trend negativo per tre anni consecutivi, fatto mai accaduto negli ultimi 30 anni. Per comprendere meglio questa tendenza si ricorda che il 2000, caratterizzato dal Giubileo, è stato particolarmente positivo per le nostre entrate valutarie. È plausibile, quindi, un calo fisiologico accentuato dalle crisi internazionali che si sono succedute dal 2001 ad oggi e a cui si è già fatto riferimento.

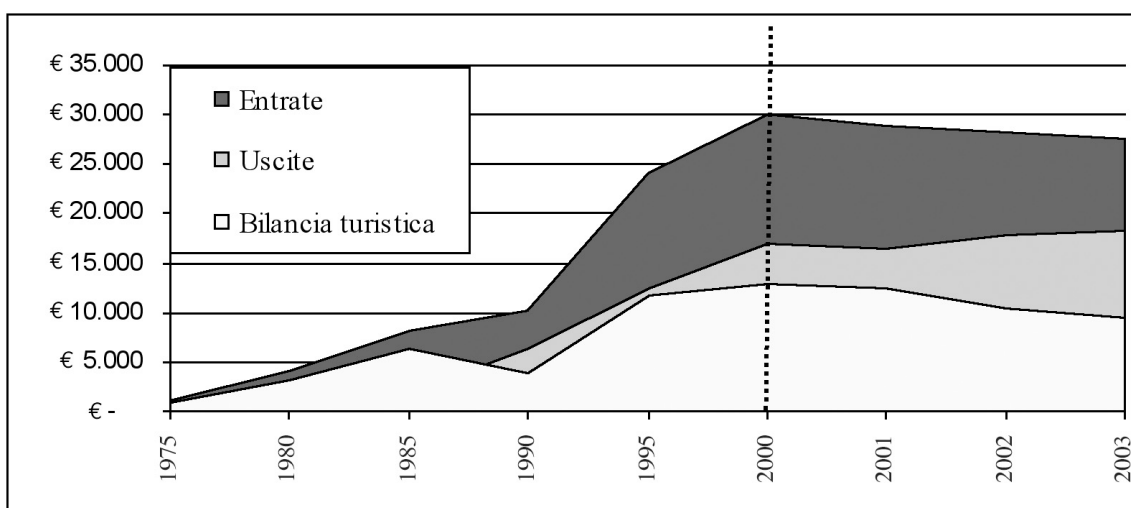
**Tabella 5 - Distribuzione del movimento turistico in Italia:  
presenze ufficiali per tipo di località (valori in migliaia)**

LOCALITA' DI INTERESSE TURISTICO	1990		1993		1996		1999		2002	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
CITTÀ D'ARTE	43.077	17%	46.372	18%	54.964	19%	59.109	19%	77.081	22%
LOCALITÀ MONTANE	25.454	10%	27.283	11%	37.097	13%	38.295	12%	44.090	13%
LOCALITÀ LACUALI	14.950	6%	14.479	6%	18.687	6%	19.461	6%	22.810	7%
LOCALITÀ MARINE	76.724	30%	84.483	33%	98.526	34%	106.333	34%	117.114	34%
LOCALITÀ TERMALI	13.573	5%	13.417	5%	14.062	5%	14.415	5%	14.904	4%
LOCALITÀ COLLINARI	6.631	3%	8.113	3%	9.607	3%	10.331	3%	12.449	4%
<i>Sub-totale località di interesse turistico</i>	<i>180.409</i>	<i>72%</i>	<i>194.147</i>	<i>75%</i>	<i>232.943</i>	<i>80%</i>	<i>247.944</i>	<i>80%</i>	<i>288.448</i>	<i>84%</i>
<i>Sub-totale altre località</i>	<i>71.808</i>	<i>28%</i>	<i>63.217</i>	<i>25%</i>	<i>58.427</i>	<i>20%</i>	<i>60.369</i>	<i>20%</i>	<i>56.799</i>	<i>16%</i>
<b>TOTALE GENERALE</b>	<b>252.217</b>	<b>100%</b>	<b>257.364</b>	<b>100%</b>	<b>291.370</b>	<b>100%</b>	<b>308.313</b>	<b>100%</b>	<b>345.247</b>	<b>100%</b>

Fonte: Istat, 2004

Le uscite evidenziano un lento e graduale aumento fino alla fine degli anni '80 per impennarsi fino al 2000 (crescono di circa tre volte), anno in cui cominciano a stabilizzarsi. Rispetto a 15 anni fa, quindi, le vacanze degli italiani all'estero sono cresciute: rappresentiamo infatti il sesto Paese tra i *top tourism spender*, dopo Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Giappone e Francia.

**Tabella 6 - Bilancia turistica dei pagamenti (serie storica 1975-2003)**



Fonte: Uic

---

# 1.3 Analisi dell'offerta

## 1.3.1 Le imprese

La trasversalità del settore turistico si ripresenta anche nella definizione dei soggetti che compongono il sistema dell'offerta turistica.

Occorre, quindi, introdurre una macro-classificazione delle categorie di impresa coinvolte nel settore turistico. Si propone in questa sede una classificazione basata sulla tipologia di attività svolta:

- a. il **core business** del turismo: inteso come l'insieme delle attività che producono in via prevalente o totale per il turista. In questo gruppo si collocano le attività ricettive (alberghi, villaggi, campeggi, ecc.), le imprese di intermediazione (agenzie di viaggio e tour operator), le attività di ristorazione, da considerare principalmente turistiche, anche se una parte dell'attività non è destinata al turista<sup>3</sup>;
- b. le **attività leisure**: si tratta delle attività ricreative e culturali collegate ai movimenti turistici, da considerare nella maggior parte dei casi come attività promiscue. Appartengono a questo gruppo le sale spettacolo (cinema esclusi), i parchi divertimento, i musei e i monumenti, i giardini,
- c. le riserve naturali e i parchi, gli stabilimenti balneari e gli stabilimenti termali;
- d. i **trasporti**: costituiscono la rete di innervamento dei flussi turistici, anche se una parte consistente di questo settore di attività resta estranea alla funzione turistica. Alle attività di trasporto afferiscono: i trasporti ferroviari, i trasporti regolari di passeggeri, i trasporti con taxi, altre attività di trasporti terrestri di passeggeri, i trasporti marittimi e d'acqua, e i trasporti aerei.

Il turista, nella propria esperienza di visita, acquista beni e servizi prodotti da una molteplicità di operatori, fattore, questo, di cui il turista stesso non ha sempre una netta percezione. Questa scarsa chiarezza è indotta anche dalle modalità con cui si presenta l'offerta turistica sul mercato. Gli operatori che si occupano dell'intermediazione, infatti, tendono a proporre al cliente

<sup>3</sup>In questo gruppo non consideriamo, come invece fanno molte altre interpretazioni statistiche, la categoria dei "pubblici esercizi" (bar e locali), non ritenendo che il contenuto della loro attività sia primariamente destinato al turista; lo è ovviamente nella misura in cui l'intera area è orientata al turismo, ma in questo caso i locali pubblici sono assimilabili alle altre attività commerciali.

---

formule “a pacchetto” in cui i servizi essenziali (trasporto, alloggio e spesso anche ristorazione) sono riuniti e venduti congiuntamente. Per descrivere il sistema di relazioni tra domanda e offerta è utile richiamare il modello<sup>4</sup> che individua tre tipologie differenti di relazione:

a) **“punto-punto”**: rappresenta il rapporto diretto tra il cliente e la quasi totalità dei produttori di beni e servizi (i “punti”). È il turista “fai da te” che si preoccupa personalmente dell’alloggio, del trasporto, delle informazioni sulla destinazione, o che si rivolge agli intermediari se proprio non può farne a meno;

b) **package**: il sistema di offerta integra tutte le componenti all’interno di un pacchetto che va a proporre sul mercato. Rappresenta la tipica operazione dei tour operator che vendono pacchetti *all inclusive* per soggiorni in villaggio o in crociera. È la relazione opposta alla “punto-punto”;

c) **network**: vi ricade tutto ciò che è compreso tra le due relazioni appena descritte, con una minore integrazione di beni e servizi all’interno di un pacchetto venduto comunque singolarmente.

Questo modello è utile in quanto evidenzia il grado di controllo e di governo delle imprese (elevato nel *package* e scarso nel “punto-punto”), il ruolo più o meno attivo del cliente nell’acquisto del/i prodotto/i (elevato nel “punto-punto” e scarso nel *package*), il soggetto su cui ricadono i rischi legati alla buona riuscita del viaggio (il turista nel caso del “punto-punto”, il tour operator nel *package*).

Ma come si presenta l’offerta delle imprese che producono beni e servizi unicamente per il *core business* delle attività turistiche? La situazione è in una fase di cambiamento, spinta soprattutto dalla presenza di operatori internazionali e da nuovi assetti normativi.

Dopo decenni in cui l’impresa del settore alberghiero è stata prevalentemente a conduzione familiare, i turisti venivano considerati come soggetti da cui ottenere il massimo dei ricavi senza ragionamenti di medio o lungo periodo (ristorazione e altri servizi turistici più in generale), vi era una parcellizzazione territoriale delle attività (agenzie di viaggio) e gli operatori erano sottodimensionati rispetto ai *competitors* internazionali (tour operator), sembra che qualcosa si stia muovendo. La competizione sempre più aperta con operatori stranieri e la necessità di adattarsi alle nuove forme di sviluppo turistico introdotte dalla legge quadro sul turismo

<sup>4</sup>Rispoli M., Tamma M., *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta alberghiera*, G. Giappicelli, Torino, 1995

---

(Legge n. 135/2001) hanno creato fermento e impulso verso il cambiamento, con un chiaro orientamento verso l'aggregazione, forme diversificate di *partnership* e una maggiore attenzione alla qualità.

La situazione attuale dell'offerta turistica italiana, però, si presenta ancora in ritardo rispetto soprattutto ai maggiori concorrenti internazionali (Francia, Spagna e Usa). Le caratteristiche principali si confermano essere:

- le dimensioni medie e piccole delle strutture di intermediazione
- alta frammentazione delle imprese con forte prevalenza di dimensioni medie e piccole
- tour operator di media dimensione
- sottocapitalizzazione
- tendenza verso l'aggregazione e le alleanze orizzontali
- scarso investimento in tecnologia e qualità.

Come si è già detto sopra, è difficile, in questa fase, fare previsioni di breve e medio termine a causa della molteplicità di variabili intervenute nello scenario.

L'Euro, per esempio, ha provocato un rialzo dei prezzi di alcuni servizi base come quelli erogati dagli stabilimenti balneari che, dal 2001 al 2002, sono aumentati in media di più del 50% e in tre anni del 100% (fonte: Intesa dei Consumatori). Con fattori che hanno ripercussioni così forti sui consumi in generale, le risposte agli andamenti di mercato dovrebbero essere ragionate e pianificate. **La tendenza più diffusa nel comparto ricettivo è una politica dei prezzi al rialzo sganciata da azioni di miglioramento della qualità dei servizi offerti**, ossia una reazione che evidenzia scarsa efficienza gestionale e una pressoché **inesistente visione di lungo periodo**. Che sia la strada sbagliata è già emerso nel corso del 2004, in cui i primi dati provvisori fanno registrare un calo di presenze nelle strutture alberghiere.

Come si è più volte messo in luce nelle pagine che precedono (v. *supra*, §1.2.5), le strade da intraprendere per non aggravare la situazione sono in realtà un **incremento generale del livello di qualità dei servizi offerti supportato da un'oculata politica di contenimento dei prezzi**, e lo sviluppo di una nuova attenzione per il bisogno di natura, cultura e qualità della vita espressi dal turista contemporaneo. In questa prospettiva, **la diffusione presso le imprese del settore turistico di una cultura gestionale orientata alla sostenibilità può contribuire a migliorarne il posizionamento sul mercato**, come si dirà diffusamente più oltre (v. *infra*, Capitolo 3).

---

### 1.3.2 La governance del settore turistico

Il sistema dell'offerta turistica è fortemente condizionato dalle azioni degli enti di governo delle destinazioni, e, più in generale, dagli attori della *governance* turistica a livello centrale e locale. Da un lato, infatti, il patrimonio di fattori di attrattività delle destinazioni è fortemente condizionato, soprattutto nei suoi livelli di qualità, dalle politiche economiche, territoriali e sociali adottate dagli enti di governo. Dall'altro lato, gli enti competenti in materia turistica svolgono un'importante azione di indirizzo della progettazione dell'offerta, e sono essi stessi attori di strategie e azioni di promozione e sviluppo turistico.

Concentrando in questa sede l'attenzione sulla *governance* del settore turistico, è noto che, in seguito all'approvazione della Legge quadro sul turismo n. 135/2001, la pubblica amministrazione è stata dotata degli strumenti necessari per dare nuovo impulso al settore turistico, introducendo modifiche sostanziali soprattutto in tema di organizzazione, coordinamento, promozione e comunicazione delle destinazioni turistiche.

In forza del nuovo **Titolo V della Costituzione** (introdotto dalla Legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3), il **turismo** rientra ora nella **competenza esclusiva delle Regioni**. Lo spostamento delle competenze ha sicuramente dato una risposta all'esigenza di definire sul territorio le migliori strategie di sviluppo turistico e i relativi modelli organizzativi e gestionali. Da un lato, tuttavia, non tutte le Regioni hanno provveduto a disciplinare le nuove competenze acquisite in materia turistica, dall'altro, la mancanza di una sede efficiente di coordinamento centrale ha condotto ad applicazioni difformi della nuova disciplina dettata dalla Legge n. 135/2001, accentuando il rischio che le iniziative intraprese da ciascuna Regione conducano a un sistema di offerta turistica disarticolato e frammentato e vanifichino con ciò gli stessi sforzi di promozione compiuti a livello regionale. Attualmente è in corso un acceso dibattito sulle possibili strade da percorrere **per rafforzare la governance turistica a livello statale**. Le soluzioni allo studio sono essenzialmente due. La prima, contenuta nella proposta di legge 8 luglio 2004, n. 5131, punta all'istituzione dell'Agenzia nazionale per il turismo. La seconda punta a una riforma dell'Ente Nazionale Italiano per il Turismo (ENIT), attraverso una trasformazione dell'ente in uno strumento innovativo ed efficace, oltre che adeguatamente finanziato per svolgere attività di promozione dell'immagine turistica italiana e di commercializzazione del nostro turismo sui mercati esteri.

Un ulteriore aspetto da considerare per mettere a fuoco lo scenario complessivo del sistema



---

di *governance* turistica nel nostro Paese riguarda il percorso istitutivo dei **Sistemi Turistici Locali** (STL), introdotti dalla Legge quadro del 2001, che dovrebbero “aderire” in modo flessibile al contesto territoriale in cui agiscono. Nei fatti, i STL sono stati recepiti dalle Regioni nei modi più svariati, almeno dove il percorso istitutivo è stato condotto a termine. Infatti, alcune Regioni hanno addirittura optato per il mantenimento dell’assetto organizzativo antecedente alla Legge n. 135/2001.

Senza entrare nella valutazione delle scelte effettuate dalle singole Regioni, sembra comunque opportuno evidenziare almeno due caratteristiche innovative dei STL. La prima riguarda l’**approccio sistemico** garantito dal modello cui occorre ispirarsi per la loro realizzazione. Tale approccio consente ai soggetti che si uniscono nel progetto di condividere o quanto meno discutere già in fase di avvio determinate tematiche di sviluppo turistico, territoriale, sociale, economico e ambientale. Da questo punto di vista, **la visione integrata che deve caratterizzare l’avvio dei STL ne fa uno strumento particolarmente idoneo a introdurre e implementare politiche di sostenibilità per il territorio cui afferiscono.**

La seconda caratteristica riguarda l’impatto che l’istituzione dei STL può determinare in termini di **concorrenza tra destinazioni turistiche**. Se infatti fino ad oggi la competizione tra le località derivava essenzialmente dalle dinamiche di mercato, l’introduzione dei STL va a incidere pesantemente su tale realtà. La promozione, infatti, è una dei principali ambiti di intervento dei STL e ciò consentirà anche alle destinazioni minori, caratterizzate da scarsa autonomia nelle azioni di penetrazione nei mercati, di godere i vantaggi di una promozione e comunicazione “di sistema”, finalizzata al posizionamento nel mercato turistico dell’area in cui tali destinazioni sono inserite.

Il sistema di *governance* turistica nel nostro Paese si completa con il ruolo centrale delle **Province** e con una partecipazione significativa dei **Comuni** soprattutto alle strategie di promozione e sviluppo della filiera turistica basate sui valori di identità locale.

In tale scenario, **un punto fondamentale da affrontare per promuovere politiche di sostenibilità** in generale e di sostenibilità turistica in particolare **riguarda i diversi ruoli che possono competere agli enti di *governance* a livello centrale e locale.** Su questo punto si tornerà più diffusamente nelle pagine che seguono (v. *infra*, Capitoli 2 e 3).

---

## **2. Turismo e sviluppo sostenibile**

---

## 2.1 La definizione di sviluppo sostenibile

La diffusione dell'idea di "sviluppo sostenibile" viene spesso fatta coincidere con il rapporto *Our Common Future* – meglio noto come Rapporto Brundtland -, elaborato dalla *World Commission on Environment and Development* nel 1987, che ha reso di dominio pubblico una delle preoccupazioni che permeano da sempre il pensiero economico: la scarsità di risorse costituirà un limite alla crescita? Allo stesso Rapporto Brundtland si deve la definizione più conosciuta di sviluppo sostenibile: "uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni".

Sebbene vi sia un crescente consenso sulla desiderabilità di uno sviluppo "sostenibile", una notevole incertezza permane sul significato da attribuire alla nozione di sostenibilità. L'accento principale dell'idea di sviluppo sostenibile sta nel mettere in luce l'esigenza di un cambiamento potenziale della visione del rapporto tra attività economiche e mondo naturale, che mira alla sostituzione del modello economico dell'espansione quantitativa (crescita) con quello del miglioramento qualitativo (sviluppo) come chiave del progresso futuro (Daly, 2001). E ciò per consentire uno **sviluppo** diffuso e soprattutto **capace di durare nel tempo**: così va inteso, nella sostanza, il riferimento ai bisogni delle generazioni future contenuto nella definizione del Rapporto Brundtland. **Sostenibilità dello sviluppo significa quindi un processo di creazione di valore espressivo di una visione di lungo periodo.**

Una definizione operativa di sviluppo sostenibile implica la **massimizzazione dei benefici netti dello sviluppo economico sotto il vincolo del mantenimento dei servizi e della qualità delle risorse naturali nel tempo**; in altre parole, lo sviluppo economico deve includere non solo incrementi nei redditi reali pro-capite, ma anche altri elementi che rientrano nella più complessa funzione di benessere sociale (Pearce, Turner, 1991).

Rispetto a tale definizione, uno dei primi nodi da dipanare per mettere a punto strategie di sviluppo sostenibile consiste nel decidere quale debba essere il livello di tutela accordato alle risorse naturali e se possa esistere una forma di compensazione tra tipologie diverse di capi-

---

tale. La definizione di sviluppo sostenibile è stata, quindi, declinata in diversi modi come **sostenibilità debole e forte** sulla base dell'importanza relativa assegnata al fattore tecnologico:

- lo **sviluppo sostenibile debole** postula la perfetta sostituibilità tra tutte le forme di capitale, e quindi, in particolare, anche tra capitale naturale e artificiale. In questo caso, nel breve periodo, non avrebbe senso porre vincoli assoluti di preservazione della natura, in quanto la quota, oggi disponibile, di capitale naturale altro non serve che a garantire, nel lungo periodo, un livello di qualità della vita almeno pari a quello attuale, postulando che tale livello di benessere possa essere soggetto a forme di compensazione che rendano indifferenti gli individui alle diverse combinazioni di capitale naturale e artificiale;
- lo **sviluppo sostenibile forte** non considera la sostituibilità tra ciò che è naturale e ciò che non lo è, e richiede che sia preservato nel lungo periodo lo stock di capitale naturale disponibile attualmente.

Il contrasto tra queste due versioni di sostenibilità è alla base del dibattito tra preservazionisti e teorici della crescita. La discussione si è spostata nel tempo da astratte definizioni di sostenibilità alla loro applicazione pratica e ha posto gli studiosi di fronte alla necessità di allontanarsi da distinzioni così marcate.

Non esiste, a ben guardare, alcuna forma di sviluppo che possa dirsi perfettamente in linea con la definizione di sostenibilità forte, in quanto una qualche alterazione del capitale naturale è insita in ogni processo di crescita, anche la più eco-compatibile. D'altra parte, l'adozione del principio di sostenibilità debole ha notevoli margini di rischio, data la caratteristica di irreversibilità che contraddistingue la maggior parte delle decisioni in materia di ambiente (una volta "consumato" un bene ambientale, è molto improbabile che sia disponibile un bene sostitutivo).

Nel caso del turismo, lo sviluppo sostenibile debole, almeno nelle sue versioni più intransigenti, sembra poco convincente a causa della dipendenza del turismo dal patrimonio naturale e culturale e dalla difficile sostituibilità di questo con altre forme di capitale (v. *supra*, Capitolo 1).

---

## 2.2 Turismo e sostenibilità nelle politiche europee

Ambiente e turismo non figuravano tra le competenze originarie che il Trattato di Roma assegnava alla Comunità Europea. La riforma del Trattato di Roma avviata con l'Atto Unico Europeo (entrato in vigore l'1/7/1987) e completata con il Trattato di Maastricht (del 7/2/1992) ha ampliato le competenze prevedendo la possibilità di intraprendere una politica nel settore dell'ambiente (art. 3/k) e misure in materia di energia, protezione civile e turismo (art. 3/t).

I principi ispiratori dell'azione comunitaria in campo ambientale sono:

- principio di **precauzione e azione preventiva** con l'obiettivo della salvaguardia, tutela e miglioramento della qualità dell'ambiente;
- **correzione alla fonte dei danni causati all'ambiente** con l'obiettivo principale della protezione della salute umana;
- **utilizzazione "accorta" delle risorse naturali.**

La nuova Costituzione Europea, firmata a Roma il 29 ottobre 2004, ha inserito a pieno titolo lo sviluppo sostenibile tra gli obiettivi dell'Unione. Secondo la nuova Costituzione, che sostituisce l'insieme dei trattati esistenti con un testo unico, l'Unione si adopera per un'Europa dello sviluppo sostenibile, basato su una crescita economica equilibrata, sulla stabilità dei prezzi, su un'economia sociale di mercato fortemente competitiva, su un elevato livello di tutela e di miglioramento della qualità dell'ambiente.

A partire dagli anni Ottanta, si inizia a riconoscere il ruolo del turismo nell'economia comunitaria sottolineando la sua funzione di coesione sociale nonché il contributo che questo settore può apportare alla reciproca conoscenza e alla pacificazione tra cittadini di Paesi diversi. In quegli anni ancora non si parla di impatto ambientale del turismo e ci si limita a sottolineare che gli obiettivi prioritari devono essere lo sviluppo del turismo intracomunitario, la promozione dell'immagine dell'Europa nel mondo, e si presenta soprattutto la necessità di affrontare in modo coordinato l'insufficiente competitività del settore e la sua valorizzazione.

Nel **V Programma d'azione ambientale UE** (1992-2000) il turismo diventa uno dei settori chiave per impostare una strategia che porti allo sviluppo sostenibile del territorio. In particolare il Programma segnala l'importanza del turismo al fine di:

- salvaguardare l'ambiente
- favorire la coesione sociale

- 
- diminuire i divari territoriali
  - rivalorizzare le aree marginali.

Le azioni da sviluppare avrebbero avuto un triplice obiettivo:

- a) diversificare le attività turistiche
- b) intervenire sulla qualità dei servizi turistici
- c) incidere sul comportamento del turista.

Per quanto riguarda il primo obiettivo, il V Programma sottolineava l'importanza di gestire in modo più efficiente il turismo di massa e di diversificare l'offerta turistica valorizzando forme alternative di turismo. I servizi turistici dovevano essere migliorati sia qualitativamente sia quantitativamente, in particolare puntando a migliorare la gestione delle infrastrutture e gli aspetti legati alla comunicazione e all'informazione non solo per gli operatori del settore, ma, in generale, per tutti gli stakeholders comprendendo quindi anche pubblica amministrazione e cittadini residenti. Da ultimo, il Programma sottolineava l'importanza di orientare il comportamento del turista in particolare per quanto riguarda le scelte in materia di trasporti, di scaglionamento delle vacanze e mirava, inoltre, a incentivare nel turista l'adozione di un atteggiamento eco-consapevole verso la tutela dell'ambiente nelle località turistiche.

Nell'azione comunitaria a favore del turismo, si sono riscontrate alcune problematiche in particolare di tipo organizzativo e strategico, la cui rilevanza non è limitata a questo specifico settore d'azione. I principali ostacoli a un'efficace politica di sostenibilità turistica possono ricondursi a tre aspetti:

- la scarsità dei mezzi finanziari
- la dispersione delle decisioni e delle responsabilità
- l'insufficiente coordinamento tra le istituzioni comunitarie e tra i Paesi membri (Team, 1997).

La recente comunicazione della Commissione delle Comunità Europee ***Orientamenti di base per la sostenibilità del turismo europeo*** del 21 novembre **2003** esordisce affermando che: “garantire la sostenibilità economica, sociale e ambientale del turismo europeo è essenziale sia come contributo allo sviluppo sostenibile in Europa e nel mondo, sia per la vitalità, crescita continua, competitività e successo commerciale di questo settore importantissimo dal punto di vista economico” (COM/2003/716).

Il turismo può contribuire in misura significativa al raggiungimento degli obiettivi di livelli sta-

---

bili di crescita economica e occupazionale, progresso sociale compatibile con le esigenze di ciascun individuo e di un grado di tutela dell'ambiente che comporti uno sfruttamento equilibrato delle risorse.

L'art. 2 del Trattato specifica che tra i compiti della Comunità rientra la promozione dello sviluppo sostenibile delle attività economiche sottolineando anche, all'art 3/u, che l'azione comunitaria comprende misure nel campo del turismo proprio al fine di migliorare la sostenibilità complessiva a livello europeo.

**Dalla metà degli anni Novanta lo sviluppo sostenibile del turismo è diventato una priorità per le istituzioni comunitarie.** Nella comunicazione *Un approccio di cooperazione per il futuro del turismo europeo* del 13 novembre 2001, la Commissione aveva proposto la “promozione di uno sviluppo sostenibile delle attività turistiche in Europa attraverso la definizione e l'attuazione di un'Agenda 21” (COM/2001/665).

Molte sono state in questi anni le iniziative a favore dello sviluppo turistico sostenibile nel contesto globale e a livello europeo.

A livello globale l'Unione Europea ha riconosciuto nel turismo uno degli strumenti per contrastare la povertà e migliorare le condizioni sociali nel Terzo Mondo, definendo una *Strategia di sostegno allo sviluppo di un turismo sostenibile nei PVS* (COM/1998/563). Il **programma MEDA** si occupa della sostenibilità del turismo nel bacino del Mediterraneo. L'Agenzia Europea per l'Ambiente è inoltre impegnata in una serie di iniziative mirate alla definizione di indicatori per la misurazione dello sviluppo sostenibile in generale, e del turismo sostenibile in particolare (v. *infra*, Capitolo 3).

La valutazione delle iniziative intraprese è, secondo la stessa Commissione Europea (cfr. COM/2003/716), piuttosto negativa in quanto “non si registra ancora alcun allontanamento significativo dai modelli insostenibili di consumo e produzione del turismo europeo. Il turismo europeo non si sta adattando ai requisiti di sostenibilità in tema di trasporti turistici, di distribuzione stagionale dei flussi e degli effetti a livello economico, sociale e ambientale. Né vi è stata un sufficiente ricaduta sulla produzione di beni e attività turistiche”.

Tra le più significative esperienze europee a favore della sostenibilità in campo turistico è da segnalare il programma **VISIT, Iniziative volontarie per la sostenibilità nel turismo**, promosso dall'Organizzazione Mondiale del Turismo e finalizzato a creare un quadro organizzativo omogeneo ai numerosi sistemi di marchiatura e certificazione ambientale, ecologica e sociale

---

attivi in Europa. Il programma VISIT promuove quindi la certificazione ambientale in campo turistico con il duplice obiettivo di orientare, da un lato, i viaggiatori verso esercizi turistici socialmente ed ecologicamente responsabili e di incoraggiare, dall'altro lato, miglioramenti e nuovi standard di qualità nell'industria turistica. Il programma è rivolto alle destinazioni e alle imprese turistiche e costituisce un utile punto di riferimento nell'elaborazione di metodologie di misurazione e valutazione dei livelli di sostenibilità attuali e potenziali riscontrabili presso destinazioni e imprese (v. *infra*, Capitolo 3)

Un cenno a parte merita l'iniziativa legata alla *Gestione Integrata delle Zone Costiere (Integrated Coastal Zone Management)*. Il programma, lanciato nel periodo 1996-99, si poneva come obiettivo il miglioramento della pianificazione e della gestione delle zone costiere attraverso la conduzione di 35 progetti pilota. Le conclusioni che la Commissione europea ha tratto dai progetti pilota riguardano la necessità di maggiore coordinamento e di un approccio integrato alla pianificazione territoriale. La complessità delle tematiche da tenere in considerazione ha suggerito di adottare un approccio sistemico, quindi considerandole tutte insieme. Questa decisione è stata motivata dalla necessità di considerare le ricadute di ogni azione sui settori economici e sull'ambiente e, pur scontando un aumento della complessità in sede pianificatoria, garantisce maggiore coerenza nell'impostazione di un percorso complessivo di lungo periodo di sviluppo sostenibile.



---

## 2.3 Economia, ambiente e società: i tre pilastri del turismo sostenibile

Esistono molte definizioni di **turismo sostenibile**. Quella più generale lo qualifica come “turismo **in grado di soddisfare le esigenze dei turisti attuali e delle regioni ospitanti prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro**. Tutte le risorse dovrebbero essere gestite in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte mantenendo l’integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica, i sistemi di supporto alla vita dell’area in questione” (Organizzazione Mondiale del Turismo).

Il fenomeno turistico ha natura ambivalente: da un lato è strumento di sviluppo economico per le regioni interessate, occasione di conoscenza e arricchimento personale per i turisti e favorisce la coesione sociale, dall’altro può essere causa di degrado ambientale e appiattimento culturale delle comunità coinvolte.

**Promuovere la sostenibilità del turismo significa realizzare l’equilibrio tra uno sviluppo del settore rispettoso dei limiti delle risorse naturali e attento alla loro effettiva capacità di rigenerazione e un adeguato ritorno commerciale. Infatti il settore turistico, essendo basato sulla qualità ambientale, culturale e sociale del contesto in cui sviluppa il proprio sistema di offerta, rischia, se non correttamente gestito in termini di salvaguardia di tale qualità, di deteriorare la propria base di risorse fino a diventare economicamente e socialmente insostenibile.**

Migliorare la sostenibilità del turismo vuol dire quindi intervenire su alcune tematiche prioritarie legate ai suoi modelli di consumo, ai modelli di produzione, all’atteggiamento del turista e a una buona *governance* a livello pubblico e privato.

Per quanto riguarda i **modelli di consumo**, gli aspetti di maggiore criticità per la sostenibilità del turismo nel lungo periodo riguardano:

- **la stagionalità dei flussi turistici**: esistono località che, da “città fantasma” nei perio-

---

di di bassa stagione, si trasformano in congestionati “poli turistici” in alta stagione. La stagionalità porta con sé problemi legati all’adeguatezza delle infrastrutture e dei servizi, in primo luogo dei servizi ambientali, che subiscono una forma di sovradimensionamento difficilmente gestibile nella bassa stagione e di sottodimensionamento nei momenti di picco della stagione turistica. Questo aspetto è particolarmente evidente nel caso della produzione di rifiuti e nelle difficoltà della loro gestione nei periodi di massimo flusso dei turisti, ma anche delle infrastrutture di trasporto o di collettamento e depurazione delle acque reflue;

- l’**impatto dei trasporti a fini turistici** e, più in generale, della **mobilità turistica**: si tratta di uno dei problemi principali da affrontare per migliorare la sostenibilità;
- l’**atteggiamento dei turisti – viaggiatori**: come si è visto nelle osservazioni che precedono (v. *supra*, Capitolo 1), uno degli aspetti più interessanti legato agli attuali modelli di consumo turistico riguarda l’emergere di fasce di viaggiatori che scelgono la propria vacanza in base a considerazioni di tutela, protezione e conservazione dei luoghi e dei valori ambientali, artistici e culturali delle destinazioni turistiche. Riguardo al possibile atteggiamento dei turisti, occorre sottolineare l’importanza di azioni di informazione e di diffusione della consapevolezza della molteplicità e complessità degli impatti positivi e negativi del turismo (v. *infra*, § 2.5), in modo da permettere a fasce sempre maggiori di turisti e viaggiatori di compiere scelte consapevoli. Di fondamentale importanza si rilevano poi possibili azioni di educazione del turista mirate a determinare comportamenti di fruizione rispettosi dei luoghi e dei beni che alimentano l’esperienza turistica.

Il secondo tema da affrontare riguarda i possibili interventi sui **modelli di produzione turistica**. In questo caso i principali aspetti da considerare possono essere:

- creare una **catena di offerta** che permetta agli operatori di conseguire vantaggi economici, ma che, attraverso l’internalizzazione dei costi socio-economici e ambientali delle attività svolte, riesca a dare il “giusto” valore a prodotti turistici caratterizzati da una specifica qualità ambientale e dall’adesione a principi di responsabilità sociale;
- promuovere lo **sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche** attraverso politiche di valorizzazione dei fattori di attrattività presenti sul territorio in un’ottica di medio e lungo periodo.

---

## 2.4 Sostenibilità come fattore di competitività del turismo

Per molti settori economici i vincoli di mantenimento o di non diminuzione dello stock di capitale naturale esistente, tipici, rispettivamente, di un approccio forte e debole allo sviluppo sostenibile non pongono particolari criticità: ben diversa è la situazione del turismo, che dipende in modo cruciale dalla disponibilità di beni ambientali e culturali non sostituibili con altre forme di capitale artificiale.

Ipotizzare, quindi, un'applicazione della versione debole delle strategie di sviluppo sostenibile nel caso del turismo può portare a porre fortemente a rischio i fattori che compongono la domanda turistica e, quindi, lo sviluppo del settore stesso nel lungo periodo. Sono rari i casi in cui si possa godere di flussi stabili e remunerativi di turisti in assenza di specifiche dotazioni di risorse ambientali, artistiche e culturali. Un caso emblematico, ma anche alquanto raro nel suo genere, è Las Vegas: una città costruita nel deserto del Nevada che vive in modo totalmente indipendente dal contesto ambientale e territoriale in cui è posta. Certamente si tratta di un caso estremo di creazione di flussi turistici legati a un ben preciso motivo: la possibilità di sperimentare, per un breve periodo di tempo, uno stile di vita più o meno trasgressivo.

Nell'analisi del trade-off tra capitale naturale e artificiale occorre tenere in considerazione sia il vettore che descrive le preferenze individuali del turista sia la capacità di carico della destinazione turistica. In poche parole **il turismo è sostenibile quando non eccede la propria capacità di carico (*carrying capacity*), quando, quindi, le attività turistiche si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, senza alterare l'ambiente (naturale, sociale e culturale) e senza ostacolare lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche.**

Lo sviluppo turistico ha i fondamenti del proprio successo di lungo periodo proprio nella capacità di gestire le componenti economiche, sociali e ambientali in modo integrato, garantendo quindi al tempo stesso il rispetto di:

- **compatibilità ecologica:** si deve riconoscere che le qualità ambientali di una località turistica sono tra i primi e più fragili elementi di attrattività di flussi turistici e ogni intervento che ne compromette la qualità degrada il contesto determinando nel medio e/o lungo periodo una diminuzione del flusso turistico stesso;

---

• **compatibilità socio-culturale:** si tratta di un tema rilevante sia per destinazioni turistiche ad elevato valore artistico e culturale, come è il caso dell'Italia, sia per destinazioni fortemente caratterizzate da valori e tradizioni locali, come è il caso dei Paesi dell'area meno sviluppata del mondo. In generale anche in destinazioni mature può esserci un effetto di impoverimento e *crowding-out* determinato da una possibile economia turistica dominante;

• **compatibilità economica:** lo sviluppo turistico, come verrà meglio specificato nel prossimo paragrafo, può determinare costi sociali e ambientali superiori ai benefici economici nel medio e lungo termine. La compatibilità economica presuppone un criterio di razionalità nelle scelte che unisca alla creazione di valore economico diffuso per gli operatori del settore la tutela, la valorizzazione e la conservazione dell'ambiente naturale, culturale e sociale.

In ultima analisi **il turismo è sostenibile e ha nella sostenibilità uno dei propri punti di forza se in complesso non eccede la capacità di carico della destinazione turistica, intesa come il massimo utilizzo di un'area a fini turistici, senza creare effetti negativi sulle risorse naturali, sul contesto sociale e culturale locale.**

Per ogni destinazione turistica occorre, quindi, tenere in considerazione tre specifiche misure di capacità di carico:

• **capacità di carico fisica o ecologica,** che rappresenta il limite oltre il quale le risorse ambientali e culturali della destinazione risultano danneggiate. È utile sottolineare che, in quest'ambito, rientrano non solo i rischi connessi con il possibile impatto del turismo sulle risorse naturali, ma anche, come già detto, i rischi di degrado fisico di beni artistici, storici e culturali rientranti nei percorsi di visita;

• **capacità di carico economica,** che sintetizza il limite oltre il quale la qualità della vita si riduce drasticamente al punto da determinare una contrazione della domanda turistica stessa e delle attività ad essa correlate;

• **capacità di carico sociale,** che coincide con il limite oltre il quale le funzioni non turistiche della località considerata risultano danneggiate o ostacolate con conseguente degrado della qualità della vita della popolazione residente. A questo si accompagna un "danno" più o meno esteso alle attività economiche non turistiche con il rischio di specializzazione spinta o di una monocultura turistica.

Una particolare considerazione deve essere riservata in relazione alla capacità di carico economica e sociale, alle possibili variazioni dei valori economici diffusi che il turismo può deter-

---

minare nell'economia locale della comunità ospitante. Anche in questa prospettiva, un'attenzione specifica alle politiche di prezzo praticate dal sistema di offerta turistica è in grado di produrre benefici sia per i turisti sia per gli abitanti residenti (si pensi, a titolo esemplificativo, all'impennata dei prezzi delle case e, più in generale, ai fenomeni di caro-vita spesso comuni alle principali destinazioni turistiche).

---

## 2.5 Internalizzazione dei costi ambientali e sociali del turismo

Se si considera il prodotto turistico come un vettore di beni e servizi domandati dai turisti, si identifica chiaramente la natura composita dei suoi elementi che comprendono beni privati, beni pubblici e beni con caratteristiche intermedie. I beni pubblici e misti comprendono molti degli elementi che definiscono l'attrattività in generale di un prodotto turistico, come il patrimonio naturale, artistico e culturale. Le caratteristiche di base di un bene pubblico rispetto ad uno privato sono da ricondursi a due principali aspetti: la non rivalità nel consumo e la non escludibilità. Quando un bene ha almeno una di queste caratteristiche si definisce come misto o quasi pubblico.

Mentre la valutazione e la valorizzazione monetaria dei beni privati non pone problemi dal momento che sono scambiati sul mercato, ben diversa è la situazione per le altre tipologie di beni e servizi che, non avendo un prezzo, tendono ad essere utilizzate in modo subottimale generando delle esternalità.

L'esistenza di beni non privati e di esternalità provoca un "fallimento del mercato", cioè una situazione in cui è necessario un intervento pubblico di correzione attraverso un processo di internalizzazione che mira a rendere i soggetti consapevoli dei riflessi delle proprie azioni su altri componenti del medesimo mercato.

**Nel caso del turismo occorre considerare sia le esternalità positive causate da attività turistiche sia quelle negative causate da altre attività rispetto al turismo.**

Se quindi, da un lato, **la riflessione sul turismo sostenibile porta a valutare la gestione di breve, medio e lungo periodo degli impatti ambientali, socio-culturali e economici delle attività turistiche**, tale riflessione **non può andare disgiunta dai livelli di sostenibilità offerti dal contesto in cui si realizza l'esperienza di fruizione turistica**. Un esempio può essere utile a chiarire questo approccio. È utile considerare una situazione relativamente semplice, caratterizzata da una destinazione a prevalente economia turistica. Basta pensare a un'isola caraibica, o anche alle nostre Isole Eolie. L'esemplificazione mette in evidenza una seconda attività economica principale, la pesca. In questa situazione, il flusso turistico non deve intaccare in misura significativa il patrimonio ittico per non incidere negativamente sullo specifico ecosistema marino che alimenta ad un tempo l'economia turistica e l'attività di pesca. A questo scopo possono essere fissate particolari restrizioni alla pesca turistica. D'altra parte, anche l'attività di

---

pesca praticata dalla comunità residente deve subire le restrizioni che si considerano necessarie per evitare l'impovertimento e il degrado dell'ecosistema marino che genera l'attrattiva turistica della destinazione.

### 2.5.1 Impatti ambientali

La qualità dell'ambiente naturale e artificiale è una delle caratteristiche essenziali del prodotto turistico. E, come si è appena visto, la relazione che il turismo ha con l'ambiente è complessa: **da un lato il turismo dipende dall'ambiente per attrarre flussi turistici, dall'altro l'attività turistica può impattare sull'ambiente danneggiandolo in modo più o meno grave e permanente.** Proprio a causa di tale doppio legame, il turismo può avere un impatto positivo sull'ambiente contribuendo alla protezione e conservazione del patrimonio naturale attraverso un processo di valorizzazione della risorse come specifici fattori di attrattiva e, quindi, di competitività del settore.

I principali impatti negativi ambientali del turismo sono da ricondursi al **consumo energetico e idrico**, al possibile **inquinamento** generato dalle attività turistiche e ad impatti fisici in particolare rispetto all'**uso del suolo**. I flussi turistici possono inoltre generare un impatto significativo sul sistema locale di **gestione dei rifiuti**, in particolare dei rifiuti urbani. A questi aspetti, rilevanti a livello locale, bisogna aggiungere il contributo del turismo ai **problemi ambientali a scala globale** come la perdita di **biodiversità**, la diminuzione dello strato di **ozono** e il **cambiamento climatico**. La maggior parte della pressione turistica rispetto a queste tematiche è da ricondursi al trasporto per motivazione turistica, piuttosto che allo svolgimento delle attività turistiche nelle destinazioni specifiche.

Per quanto riguarda il primo aspetto, lo sviluppo turistico si trova spesso a porre una pressione su risorse naturali già caratterizzate da scarsità, creando così possibili forme di competizione rispetto ad attività tradizionali o rispetto all'uso delle risorse da parte della popolazione locale. Il caso tipico riguarda, come si è appena detto, il consumo idrico ed energetico.

L'industria turistica provoca, poi, inquinamento in termini di maggiore produzione di rifiuti, emissioni atmosferiche e sonore, scarichi idrici, inquinamento visivo. I possibili impatti sono aggravati dalla stagionalità dei flussi turistici, che fanno fluttuare la popolazione residente nelle località turistiche in modo molto consistente tra alta e bassa stagione.

Da ultimo, gli impatti fisici sono da ricondursi a un'ampia gamma di effetti che il turismo può

---

avere, che vanno dal degrado degli ecosistemi a usi sempre più intensivi del territorio, alla deforestazione. Come si è già accennato sopra (§ 2.4.), soprattutto in un contesto come quello italiano, i flussi turistici possono determinare infine significativi impatti fisici su beni artistici e culturali di valore elevato, ed è quindi indispensabile prevedere un'adeguata gestione dei rischi ad essi connessi.

### **GESTIONE DEI RIFIUTI E SPERIMENTAZIONI DI SOSTENIBILITA'**

Nel governo delle destinazioni turistiche un aspetto di primo piano delle politiche di sostenibilità è sicuramente rappresentato dalla **gestione** dei rifiuti e, in particolare, **dei rifiuti urbani**. Da un lato, infatti, una gestione ambientalmente compatibile dei rifiuti urbani generati dalla comunità dei residenti migliora la qualità generale del sistema di accoglienza che la destinazione è in grado di offrire ai turisti. D'altro canto, è necessario garantire anche una gestione efficiente dei rifiuti urbani generati dai turisti, soprattutto tenendo conto delle quantità spesso molto significative di rifiuti collegabili ai flussi turistici, come accade per certe tipologie di turismo (ad esempio nelle città d'arte, ma anche nelle aree naturali protette) e durante i picchi di stagionalità. Il rischio che una dotazione infrastrutturale modellata sulle esigenze dei cittadini residenti non sia in grado di rispondere adeguatamente alle quantità di rifiuti generate dal turismo deve essere attentamente valutato nei piani di sviluppo delle destinazioni e, soprattutto, evitato. Inoltre, proprio le destinazioni turistiche si prestano particolarmente a sperimentare modalità innovative di gestione eco-compatibile dei rifiuti urbani, considerando la loro specifica esigenza di mantenere livelli elevati di qualità ambientale come componente essenziale dell'attrattività complessiva del sistema di offerta turistica. L'accesso del turista al sistema di offerta turistica nella destinazione costituisce inoltre un momento ideale di educazione e informazione su comportamenti di gestione dei rifiuti ambientalmente consapevoli e, quindi, sostenibili.

L'efficienza ambientale nella gestione dei rifiuti e, in particolare, dei rifiuti urbani, è promossa, nel contesto italiano ed europeo da una consolidata normativa di riferimento. In particolare la **Direttiva europea 94/62/CE** e il **D.Lgs. n. 22/1997** stabiliscono come obiettivi



---

primari la prevenzione e la riduzione dell'impatto ambientale degli imballaggi e dei rifiuti. La gestione dei rifiuti di imballaggio ha un ruolo centrale sia nel quadro generale della gestione dei rifiuti urbani (di cui gli imballaggi rappresentano una quota particolarmente significativa), sia considerando l'impatto specifico che può essere generato, a questo riguardo, dal turismo. Anche nella **nuova Direttiva imballaggi 2004/12/CE**, che modifica la precedente Direttiva 94/62/CE, la prevenzione viene richiamata come obiettivo prioritario generale. In base alle norme in vigore, la prevenzione consiste nella riduzione della quantità e della nocività per l'ambiente degli imballaggi, sia rispetto ai materiali e alle sostanze utilizzate per la loro fabbricazione, sia nei processi che li coinvolgono durante il ciclo di vita: produzione dell'imballaggio, commercializzazione e utilizzo del prodotto imballato, gestione post-consumo del rifiuto di imballaggio. Ha un significato più ampio il concetto di "prevenzione ambientale", intesa come l'insieme delle azioni volte alla riduzione degli impatti sull'ambiente e alla salvaguardia delle risorse naturali.

Sono notevoli i risultati già ottenuti dalle iniziative di prevenzione che hanno interessato le singole filiere dei materiali di imballaggio (v. CONAI, *Dossier Prevenzione*, 2004). Qualche esempio può essere utile a descrivere la situazione in atto. A partire dalla minimizzazione degli spessori utilizzati: il lamierino di acciaio delle scatole per alimenti del tipo "open top" dal 1997 al 2002 ha ridotto il peso del 7%; il suo spessore nel 1988 era di 0,23 mm, attualmente è di 0,14 mm. Lo spessore del laminato utilizzato per le lattine per bevande si è ridotto del 6,9% dal 1997. Dal 1977 la riduzione è pari al 37%. Il peso totale della lattina è stato ridotto dal 1997 del 5,58%; dal 1990 la riduzione complessiva è del 19,78%. Nel 1990 una lattina pesava 16,58 gr, oggi 13,30 gr. Anche gli imballaggi in plastica – come flaconi e bottiglie – sono sempre più leggeri: rispetto a dieci anni fa, pesano in media il 28% in meno. Un identico percorso innovativo è riscontrabile per i contenitori in vetro: le bottiglie di birra da 66 cl hanno diminuito il loro peso di circa il 10% dal 1990 al 2000.

Più in generale ed anche a causa dei sempre più stringenti obblighi di legge, l'Italia sta compiendo passi notevoli nella riduzione degli impatti ambientali legati all'intero ciclo di vita degli imballaggi, utilizzando, a seconda delle necessità, diversi strumenti, che consentono di tenere il passo con l'accento sempre più forte posto dal legislatore europeo e nazionale sulla prevenzione e con le esigenze messe in campo dalle politiche di sostenibilità degli enti di

governo del territorio. Un dato particolarmente significativo al riguardo si riferisce al **riutilizzo degli imballaggi**, di notevole rilevanza negli scambi tra operatori professionali, e quindi di particolare interesse per ristoranti, alberghi, pubblici esercizi e collettività. Secondo un'analisi recentemente condotta da CONAI, la quota di imballaggi riutilizzati in Italia nel 2002 è stata stimata in circa 3.100.000 tonnellate, nella composizione riportata nella Tabella che segue:

RIUTILIZZO DEGLI IMBALLAGGI IN ITALIA (STIME PER L'ANNO 2002)		
Tipologie imballaggio considerate	Ton	Totale (Ton)
Imballaggio in acciaio		32.400
<i>keg per birra</i>	<i>19.600</i>	
<i>fusti industriali</i>	<i>12.800</i>	
Imballaggio in legno		2.076.000
<i>pallets</i>	<i>846.900</i>	
<i>casse per ortofrutta</i>	<i>506.800</i>	
<i>casse industriali</i>	<i>722.300</i>	
Imballaggio in plastica		809.200
<i>casse per ortofrutta</i>	<i>576.200</i>	
<i>contenitori industriali</i>	<i>98.900</i>	
<i>cassette portabottiglie</i>	<i>122.100</i>	
<i>boccioni e cisternette</i>	<i>12.000</i>	
Imballaggio in vetro: bottiglie		195.600
<b>Totale</b>		<b>3.113.200</b>

Fonte: CONAI - Programma Generale di Prevenzione 2004

Considerando che il “consumo” di imballaggi nello stesso anno è stato di 11.525.000 tonnellate, si deduce che gli imballaggi riutilizzati rappresentano il 21,3% del totale degli imballaggi utilizzati. È decisamente una percentuale di tutto rispetto.

Interessante è anche l'ultimo dato disponibile sul **recupero complessivo di imballaggi**, che include riciclo di materiale e recupero energetico, riferito al 2003. In Italia, nel 2003, sono stati avviati a recupero complessivo imballaggi pari a 6.756 kton, con una variazione del 3,4% rispetto al 2002. È una quota equivalente al 58,6% degli imballaggi immessi al consumo. La positività del dato risulta anche più evidente comparando il trend di recupero complessivo di imballaggi rispetto all'avvio a discarica. Nel 1998 la percentuale di

---

imballaggi inviati a discarica era pari al 67%, nel 2003 scende al 41%, a fronte di una quota del 59% di recupero complessivo (CONAI, Programma Generale di Prevenzione 2004).

Il contesto italiano si presta quindi particolarmente a sviluppare buone pratiche di gestione ambientale dei rifiuti urbani. Una corretta gestione dei rifiuti generati dai flussi turistici soprattutto nelle destinazioni sottoposte a maggiore pressione in termini quantitativi, ma anche nelle destinazioni caratterizzate da particolari fattori di attrattività naturalistica o ambientale, può dare un contributo determinante ai risultati complessivi del sistema nazionale e degli specifici sistemi locali.

## 2.5.2 Impatti socio-culturali

Il turismo non lascia inalterate le comunità locali con cui entra in contatto e spesso provoca, direttamente o indirettamente, cambiamenti nella scala dei valori, nel comportamento, nella struttura delle comunità, nelle relazioni interpersonali e, in generale, nel tradizionale modo di vivere delle popolazioni locali influenzate dal fenomeno turistico. Come nel caso degli impatti ambientali, il turismo può avere d'altra parte un impatto positivo a livello socio-economico, contribuendo allo sviluppo delle comunità locali.

I principali impatti negativi sono relativi alle interferenze rispetto all'identità culturale e ai valori delle comunità residenti, alle pressioni provocate dai possibili conflitti nell'uso delle risorse fino ad aspetti legati all'etica e alla moralità.

Il turismo può provocare un **cambiamento** o, nei casi più gravi, la **perdita di valori e di identità locale** attraverso alcuni processi indotti dalla fruizione turistica del territorio, e in particolare:

- la **“commodification”**: si tratta della trasformazione di rituali religiosi, cerimonie, festival e riti etnici in “prodotti” turistici che rispondano alle aspettative dei visitatori;
- la **standardizzazione**: nella domanda turistica è insita una ricerca del nuovo e del diverso, ma spesso il turista è impreparato ad affrontare situazioni completamente diverse da quelle a cui è abituato e cerca (e trova) elementi riconoscibili come catene di ristoranti o alberghi;

- 
- la **perdita di autenticità e spontaneità**: si registra la tendenza a riprodurre scene di vita reale a beneficio dei turisti creando il fenomeno dell’“autenticità da palcoscenico”;
  - l’**adattamento per soddisfare la domanda di souvenir** e prodotti artigianali da parte dei turisti: si tratta di una variante della “commodification” applicata all’artigianato e all’arte per renderla attrattiva per il turista.

Il secondo importante impatto socio-culturale riguarda il possibile **conflitto tra culture diverse**: quella locale e quella dei turisti. Il risultato può essere un superamento della capacità di carico sociale e culturale della comunità locale. Le principali fonti di scontro culturale derivano dalle differenze nei livelli di benessere, da forme di disagio provocate presso le comunità residenti dal comportamento dei turisti, che non rispettano gli usi e i valori locali. Spesso, infine, la situazione, in particolare nei Paesi in via di sviluppo è aggravata dal fatto che i componenti della popolazione locale sono occupati solo nelle fasi meno qualificate delle attività turistiche creando un’ulteriore fonte di disagio.

Un altro aspetto è relativo all’influenza di flussi turistici crescenti rispetto a:

- pressione causata dai conflitti nell’uso delle risorse, in particolare acqua ed energia;
- possibile degrado fisico del patrimonio artistico e culturale;
- conflitti rispetto all’uso tradizionale dei suoli rispetto allo sfruttamento a fini turistici.

L’ultimo impatto negativo del turismo rispetto alle tematiche socio-culturali riguarda gli aspetti più strettamente etici. Con l’aumento del turismo si può infatti assistere a:

- aumento della criminalità
- lavoro minorile
- prostituzione e turismo sessuale.

Il turismo può avere anche un **impatto positivo** dal momento che permette lo sviluppo sociale attraverso la creazione di posti di lavoro e di reddito per la popolazione locale. In senso più generale il turismo assolve un’importante funzione sociale ed educativa dal momento che permette a popoli e culture diverse di entrare in contatto e di conoscersi. Alcune tradizioni locali potrebbero, attraverso uno sfruttamento turistico “rispettoso”, essere riscoperte e sostenute. Le attività turistiche possono contribuire a innalzare il livello di vita della popolazione locale attraverso un miglioramento delle infrastrutture o della tutela sanitaria. Attraverso il turismo, infine, è possibile aumentare la consapevolezza del valore del patrimonio naturale, artistico e culturale locale.

---

### 2.5.3 Impatti economici

Le attività turistiche generano sostanziali benefici economici per le comunità locali, ma possono avere anche impatti negativi sotto forma di costi nascosti.

Uno dei principali effetti negativi riguarda la non coincidenza tra luogo in cui si generano le rendite economiche e il loro luogo di godimento. Occorre considerare in particolare il *leakage*, la quota di reddito generato dalle attività turistiche di una specifica località che, una volta remunerati i fattori produttivi, pagate le imposte e saldate le importazioni, resta a disposizione della comunità locale. Ad esempio, nella maggior parte dei pacchetti turistici *all inclusive* circa l'80% del costo per il viaggiatore viene speso per acquistare servizi turistici, come voli o pernottamenti, che non beneficiano il Paese di destinazione. Il *leakage* può avvenire perché parte della domanda turistica richiede la fornitura di beni e servizi di cui la località turistica non dispone, in questo caso si parla di *import leakage*. Occorre poi considerare (come si è visto *supra*, § 2.4) il possibile effetto di aumento dei prezzi di beni e servizi e del valore dei terreni indotto dalla concorrenza tra domanda turistica e domanda locale.

Un ultimo impatto negativo può aversi quando le economie locali dipendono in modo troppo esclusivo dalle attività turistiche, dando luogo alle cosiddette “monocolture turistiche”. Questa situazione, se unita con i problemi di stagionalità nell'occupazione e nei flussi di reddito, può destabilizzare l'intera economia della destinazione che viene a dipendere da fattori esogeni anche molto volatili come le preferenze dei turisti che vanno spesso ad aggiungersi a variabili meteorologiche imprevedibili.

Il turismo può, ovviamente, avere impatti economici positivi sulle economie locali attraverso:

- il flusso di valuta straniera in ingresso nel Paese
- il contributo del turismo alle entrate fiscali dirette e indirette
- la creazione di posti di lavoro e di opportunità imprenditoriali
- lo stimolo alla costruzione e al miglioramento della dotazione infrastrutturale
- la valorizzazione delle risorse naturali, artistiche e culturali di un Paese.

Quest'ultimo aspetto prospetta la possibilità di utilizzare le rendite turistiche come una valutazione indiretta del valore economico di beni non di mercato. Si tratta di un'applicazione della metodologia dei costi di trasporto secondo la quale un bene ambientale o culturale, per il quale non esiste un mercato, “vale” quanto il denaro speso per goderne in termini di costo per il suo raggiungimento e di valutazione monetaria del tempo a ciò necessario.

---

## 2.6 Strumenti e soluzioni per la sostenibilità nel settore turistico

Una volta identificato il quadro di riferimento di un possibile percorso di sviluppo sostenibile nel settore turistico, è indispensabile cercare di prospettare gli strumenti e le soluzioni che possono essere adottati per tradurre gli obiettivi generali in risultati concreti.

È chiaro a questo punto quali sono gli **attori** della possibile attuazione di strategie di sostenibilità: da un lato, gli **enti di governo** ai diversi livelli centrale e locale e, dall'altro lato, le **imprese** della filiera turistica. L'attuazione di politiche di sostenibilità per il turismo dipende essenzialmente da queste due categorie di soggetti. Poi chiaro anche quali sono i **soggetti destinatari** delle strategie in oggetto: i **turisti** e i **cittadini residenti** nelle destinazioni turistiche. Dai comportamenti di risposta di queste due categorie di destinatari dipende il successo delle politiche di sostenibilità turistica.

Per quanto riguarda gli enti di governo, il loro ruolo è duplice per i motivi che sono stati più volte messi in luce nelle osservazioni che precedono. L'attenzione deve essere infatti rivolta, in primo luogo, **al turismo come possibile fattore di pressione sull'ambiente, sulle comunità e i territori**. A ciò si collega l'individuazione dei possibili impatti ambientali, socio-culturali ed economici del turismo e la ricerca delle possibili soluzioni di mitigazione di tali impatti a garanzia della "sostenibilità" dei flussi turistici in una determinata destinazione (v. *supra*, § 2.5). Da questo punto di vista, vengono in luce le **politiche specifiche di sostenibilità turistica**, mirate a orientare il sistema della domanda e dell'offerta in funzione di un bilanciamento tra sviluppo dell'economia turistica in una determinata area territoriale e conservazione e valorizzazione del patrimonio naturale, artistico e culturale di riferimento.

Vi è tuttavia una seconda prospettiva del problema da tenere in attenta considerazione. **Il turismo** deve contenere la propria impronta sui territori, ma, per poter far avanzare il proprio sviluppo, **ha bisogno** a sua volta **di trovare qualità sui territori**: qualità ambientale, artistica, culturale e sociale. Il quadro deve essere completato quindi con le politiche che gli enti di governo possono attuare, ai diversi livelli territoriali, per garantire contesti di qualità all'esperienza di fruizione turistica. Viene a questo proposito in considerazione l'intera gamma **delle politiche territoriali e infrastrutturali che possono incidere sulla qualità generale dei territori**, con la diversa accentuazione che gli obiettivi di sostenibilità possono ovviamente assu-

---

mere in relazione alla vocazione più o meno turistica dell'area considerata. Il tema è evidentemente molto complesso, poichè mette in gioco la pluralità delle azioni di piano e programma che le diverse funzioni di governo sono chiamate a svolgere ai vari livelli territoriali. Il tema può essere quindi, in questa sede, appena accennato come premessa a **una proposta metodologica generale finalizzata a fornire agli enti di governo delle destinazioni e del territorio alcuni strumenti di supporto al processo decisionale che può determinare l'attuazione degli obiettivi di sostenibilità** (v. *infra*, Capitolo 3).

Tra le misure che rientrano nelle politiche di sostenibilità turistica si possono richiamare, a titolo esemplificativo, l'imposizione di regolamentazioni per controbilanciare alcuni impatti negativi dei flussi turistici sull'ambiente e sul patrimonio artistico-culturale, come la limitazione numerica dei turisti ammessi a visitare aree particolarmente fragili da un punto di vista ecologico-ambientale o a rischio di conservazione, o anche la definizione di sentieri di sviluppo locale alternativi rispetto ad altri a maggiore impatto ambientale.

Tra le misure di politica territoriale e infrastrutturale incidenti sul turismo si possono richiamare, sempre a titolo esemplificativo, le azioni di miglioramento delle infrastrutture di gestione ambientale, in particolare per evitare conflitti nell'uso delle risorse tra cittadini residenti e turisti. Il caso della gestione dei rifiuti urbani si presta particolarmente a illustrare questa ipotesi. Anche la creazione di parchi e aree protette può rappresentare una misura favorevole al miglioramento della qualità territoriale e quindi dei livelli generali di attrattività turistica. Uno strumento di carattere generale per raggiungere e implementare obiettivi di sostenibilità turistica è sicuramente la definizione di **programmi di Agenda 21 turistica** da parte delle destinazioni.

L'Agenda 21 rappresenta lo strumento operativo, il "Piano d'Azione" per lo sviluppo sostenibile del ventunesimo secolo, sottoscritto a Rio de Janeiro da oltre 170 governi di tutto il mondo nell'ambito della Conferenza delle Nazioni Unite su Sviluppo e Ambiente del 1992 (v. anche *infra*, Capitolo 3, § 3.3.1). Il documento indica come la tutela e la valorizzazione dell'ambiente devono essere considerate in modo trasversale rispetto alle politiche sociali ed economiche, integrando, quindi, le dimensioni ambientale, economica e sociale. Per raggiungere questo obiettivo, le autorità di un determinato territorio sono invitate "a dialogare con i propri cittadini, le diverse organizzazioni e le imprese private per adottare un'Agenda 21 Locale".

Generalmente il processo di definizione di un'Agenda 21 Locale passa attraverso i seguenti passaggi:

- 
- definizione di un quadro diagnostico (nel caso specifico, l'identificazione e l'analisi dei principali aspetti quantitativi e qualitativi dell'attività turistica al fine di selezionare gli elementi attualmente o potenzialmente critici);
  - creazione di un Forum e tavoli di discussione per l'esame dei risultati emersi dalla descrizione del quadro diagnostico, a cui partecipano i principali portatori di interessi (nel caso del turismo, quindi, occorre fare in modo che, alla iniziativa privata di sviluppo del settore, si affianchino le autorità locali a tutela della considerazione di una pluralità di interessi);
  - esplicitazione di una *vision* per il futuro attraverso la definizione di obiettivi specifici a livello locale per l'impostazione di un percorso di sostenibilità;
  - formalizzazione degli obiettivi e delle azioni necessarie per raggiungerli in un Piano d'Azione Locale che deve essere condiviso dal Forum e adottato dall'autorità locale;
  - implementazione e monitoraggio del Piano d'Azione Locale, che coincide con la vera e propria traduzione in pratica dei principi dello sviluppo sostenibile.

I programmi di Agenda 21 locale turistici si sono negli anni sviluppati in molte destinazioni con caratteristiche diverse, a volte con un *focus* prioritario sulla sola attività turistica, più spesso vedendo il turismo come una delle variabili nella discussione. Nell'impostare un'Agenda 21 turistica si riscontra la prevalenza di uno o più dei seguenti obiettivi (Unep, Iclei, 2003):

- **agire in forma preventiva per la preservazione delle qualità ambientali, culturali, naturali e sociali** percepite dalla popolazione e dalle autorità locali come elementi cruciali del proprio "prodotto" turistico (questo tipo di obiettivo potrebbe essere esemplificato chiaramente dal caso delle Isole Galapagos che, limitando gli accessi, preservano l'integrità del proprio ecosistema e, in ultima analisi, la sostenibilità nel lungo periodo dello sfruttamento turistico della destinazione);
- **gestire elementi di criticità** (nella maggior parte dei casi si tratta di obiettivi tipici di destinazioni caratterizzate da un turismo di massa, che hanno nella capacità di accogliere flussi numericamente molto consistenti di turisti sia il proprio punto di forza sia quello di debolezza);
- **cercare un equilibrio tra le esigenze dei turisti e i bisogni della popolazione locale** (un efficace riferimento per questo tipo di obiettivi in un'Agenda 21 Locale è la città di Venezia, in cui ai turisti si aggiungono consistenti flussi di escursionisti che, pur avendo elevati impatti negativi sulla qualità della vita dei veneziani, generano ricadute economiche alquanto limitate);



- 
- **fare della sostenibilità il punto di forza della propria offerta turistica** (si tratta di obiettivi che possono caratterizzare sia destinazioni mature sia destinazioni che sono ancora nelle prime fasi di sviluppo dell'attività turistica).

Un'Agenda 21 turistica deve affrontare alcuni nodi critici per poter configurare una strategia di successo nel medio e lungo periodo.

Il primo aspetto di criticità parte dalla considerazione che, pur essendo l'Agenda 21 un processo *bottom-up*, non si può prescindere dalla definizione di adeguate ed efficienti strutture di supporto al processo ai fini di garantire la partecipazione dei diversi portatori di interessi. Le autorità locali si trovano, infatti, spesso nella posizione di coloro che prendono l'iniziativa per la definizione di un'Agenda 21 locale e che ne guidano il processo. È fondamentale che questo sia da stimolo e non da vincolo per l'iniziativa privata in particolare nel campo turistico dove il coinvolgimento di tour operator, operatori sul territorio e turisti è un fondamentale fattore di successo.

Il secondo nodo critico riguarda l'importanza di **non isolare il turismo da una strategia complessiva di sviluppo sostenibile**. Uno degli aspetti più chiari, infatti, dell'insostenibilità dello sviluppo di una comunità locale risiede nella presenza di "monocolture" (intese come settori economici dominanti). Una monocultura turistica, anche se correttamente gestita, può rivelarsi una strategia pericolosa e una seria minaccia per lo sviluppo economico complessivo nel lungo periodo. Diverso è il caso, in cui una monocultura turistica sia il " trampolino di lancio" per una diversificazione economica basata inizialmente sulle entrate turistiche.

L'ultimo aspetto da considerare consiste nell'identificazione e nell'implementazione di azioni che avviino verso una strategia di sostenibilità per l'attività turistica dal punto di vista economico, sociale e ambientale. Esempi di azioni di questo tipo possono essere:

- il miglioramento nella pianificazione e gestione ambientale attraverso, per esempio, la definizione di piani regolatori, il recupero del patrimonio edilizio esistente, l'attenta progettazione di nuovi insediamenti;
- la definizione di modalità di trasporto sostenibili, basate sia sull'incoraggiamento dell'uso di mezzi di trasporto pubblico sia sulla riduzione degli impatti tipici derivanti dal trasporto (principalmente costituiti da congestione, inquinamento atmosferico e acustico);
- la diffusione della certificazione turistica.

In questa prospettiva, l'Agenda 21 turistica, **se adeguatamente integrata nelle diverse com-**

---

**petenze dell'ente di governo della destinazione**, può rappresentare un contesto particolarmente favorevole - anche se non l'unico - per far dialogare le politiche specifiche di sostenibilità turistica con le politiche territoriali e infrastrutturali incidenti sulla qualità dei territori e, quindi, sulla potenziale attrattività turistica dell'area. Sebbene tuttavia lo schema di Agenda 21 locale sia quello fino ad oggi maggiormente sperimentato anche presso le pubbliche amministrazioni italiane per promuovere e implementare strategie di sviluppo sostenibile, altre strade restano sicuramente aperte per ottenere risultati analoghi. I modelli organizzativi propri delle competenze turistiche, da un lato, e, in particolare, i Sistemi Turistici Locali attualmente in via di costituzione (v. *supra*, § 1.3.2.), e gli strumenti di piano e programma disponibili ai diversi livelli territoriali locali dall'altro lato, possono infatti costituire un ambito altrettanto favorevole alla promozione di strategie di sostenibilità turistica. Sul punto si tornerà più diffusamente nella parte conclusiva di questo studio.

Per quanto riguarda la seconda categoria di attori di un possibile percorso di sostenibilità in campo turistico, le **imprese**, la gamma degli strumenti utilizzabili è di agevole identificazione, essendo rappresentata essenzialmente da sistemi di certificazione della qualità ormai ampiamente sperimentati - in Italia, in Europa e nel mondo - presso gli operatori di altri comparti economici. Da considerare, in questa sede, sono in particolare le certificazioni ambientali, etiche, di sostenibilità e le specifiche certificazioni turistiche messe a punto recentemente soprattutto nel contesto europeo.

L'applicazione dei diversi strumenti ipotizzabili e delle diverse soluzioni praticabili a livello di destinazione e di impresa turistica presuppone tuttavia una **adeguata conoscenza dello stato di fatto**. È questo un tema ben noto alla fase attuativa delle politiche ambientali sia pubbliche sia di impresa. È difficile - per non dire impossibile - definire misure per la limitazione del traffico urbano a scopo anti-inquinamento quando non sono noti i livelli di inquinamento. Ed anche l'azienda di produzione potrà adottare in modo efficiente le proprie scelte di innovazione tecnologica, ad esempio nuovi filtri ai camini, solo dopo aver introdotto un adeguato sistema di monitoraggio delle proprie emissioni in atmosfera. Sono queste, ormai, complessità apparenti nel settore ambientale in cui i sistemi di monitoraggio hanno fatto straordinari progressi nell'ultimo decennio sia sul territorio sia presso le localizzazioni industriali. Ma il tema è di grande interesse se, andando oltre lo specifico settore ambientale, si abbraccia l'approccio *triple bottom line* delle strategie di sostenibilità. Seguendo questo approccio, capire lo stato di

---

fatto è un po' più complicato, dovendo convergere verso lo stesso scenario dati relativi ai fattori economici, ambientali e sociali, che, per di più, devono saper dialogare tra loro. D'altro canto, **solo una visione delle politiche di sostenibilità capace di esprimerne la dimensione quantitativa, oltre che qualitativa, può contribuire veramente a fare uscire tali politiche dal limbo delle dichiarazioni di principio proiettandole verso una dimensione di effettiva attuazione.**

La riflessione qui proposta prosegue quindi con il tentativo di trovare delle chiavi ragionevoli per "misurare" la sostenibilità delle destinazioni e delle imprese turistiche.

Come si è detto nelle pagine introduttive a questo studio, l'obiettivo non è certo quello di creare l'ennesimo sistema di marchiatura, l'ennesima "bandierina". L'idea è piuttosto quella di fornire ai decisori pubblici e di impresa uno strumento di supporto capace di indirizzare le loro decisioni strategiche e gestionali verso obiettivi di turismo sostenibile e, quindi, verso un turismo capace di creare valore nel lungo termine.

---

### **3. Misurare la sostenibilità: indicatori per l'impresa e la destinazione turistica**

---

## 3.1 L'impresa e la destinazione turistica

L'obiettivo del presente capitolo è quello di **individuare metodologie e strumenti operativi per la misura della sostenibilità nel settore turistico allo scopo di fornire**, come si è anticipato nelle pagine che precedono, **adeguati strumenti di supporto ai decisori pubblici e di impresa che si orientino verso strategie di sviluppo turistico sostenibile.**

Come si è già detto, il problema deve essere affrontato in relazione ai due attori principali della sostenibilità turistica: l'impresa e la destinazione.

L'**impresa turistica** può essere ricondotta a quattro tipologie di operatori economici:

- le imprese che erogano servizi di pernottamento (alberghi, campeggi, villaggi, etc.) e una quota di quelle che erogano servizi di ristorazione<sup>5</sup>;
- le imprese che erogano servizi di trasporto;
- le imprese che erogano servizi accessori<sup>6</sup> (parchi divertimenti, animazione, porti turistici, etc.);
- le imprese che forniscono pacchetti di viaggio comprensivi dei servizi citati.

L'approccio alla misura della sostenibilità sarà differenziato in base alla tipologia di impresa, pur essendo possibile individuare alcuni elementi comuni.

La **destinazione turistica** ha come attori primari i soggetti istituzionali cui compete la gestione del territorio, ai diversi livelli di governo locale. Non esiste una definizione univoca di destinazione turistica e con lo stesso termine si possono intendere ambiti territoriali diversi e comunque non necessariamente coincidenti con i confini amministrativi (dalla specifica località costiera a un'isola, da una catena montuosa a una valle, da una città d'arte a una regione). In questo contesto, la misura della sostenibilità può essere comunque riconducibile alle metodologie utilizzate nei processi di Agenda 21 locale (v. *supra*, Capitolo 2, § 2.6) con alcune peculiarità specifiche:

- la necessità di estendere l'attenzione da un ambito esclusivamente ambientale a un contesto di sostenibilità, dove assumono un ruolo rilevante, oltre alla dimensione ambientale, anche quella economica e sociale;

<sup>5</sup> La quota di servizi di ristorazione attribuibile all'impresa turistica non comprende, ad esempio, i servizi di ristorazione collettiva (mense interne ed aziende, ospedali, etc.).

<sup>6</sup> Si intendono qui i servizi accessori strettamente connessi alla fruizione turistica, con esclusione di quei servizi accessori che possono essere utilizzati dal turista ma, per loro natura, non sono indirizzati in modo prevalente alla fruizione turistica (es. farmacie, bancomat, etc.).

- 
- la necessità di focalizzare gli indicatori di sostenibilità sugli elementi che hanno come causa generatrice primaria l'attività turistica.

È opportuno sottolineare infine che la suddivisione tra la misura della prestazione delle organizzazioni e della destinazione può risultare, in alcuni specifici casi, artificiale: esistono infatti situazioni in cui l'impresa turistica o il sistema delle imprese turistiche è uno degli attori fondamentali nella gestione del territorio e pertanto la sostenibilità di tali imprese diventa un elemento imprescindibile della sostenibilità del territorio. In tali situazioni, il confine tra i due ambiti della sostenibilità tende ad assottigliarsi fino a sparire del tutto. Si tratta delle realtà in cui l'attività antropica che insiste su un dato territorio è attribuibile per una larga parte all'attività turistica: le modificazioni dello stato ambientale sono la conseguenza di pressioni<sup>7</sup> ambientali riconducibili in modo prevalente o addirittura esclusivo a una o più imprese turistiche. È interessante citare, a tale proposito, il Polo Turistico di Bibione, che rappresenta un esempio (uno dei pochi) di registrazione EMAS di un'entità costituita dall'Amministrazione Comunale (Comune di San Michele al Tagliamento) e da un insieme di associazioni di categoria e di operatori economici attivamente coinvolti in un percorso di sostenibilità.

È importante richiamare, ai fini dello studio in corso, la Guida messa a punto a ottobre 2004 dall'Organizzazione Mondiale del Turismo per fornire ad imprese e destinazioni turistiche adeguati indicatori di sostenibilità (WTO, *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destination*, October 2004). Si segnala che l'approccio seguito da OMT è del tutto coerente con la proposta metodologica TCI. Anche il set di indicatori OMT è infatti destinato a fornire ai responsabili delle organizzazioni turistiche le informazioni necessarie ai fini dell'implementazione di strategie di sostenibilità. Tale recentissima iniziativa OMT conferma la validità della strada intrapresa dalla proposta TCI. Il set di indicatori di sostenibilità turistica OMT costituisce inoltre un fondamentale punto di riferimento della riflessione che segue e potrà ulteriormente ispirare la futura sperimentazione degli indicatori TCI.

Nei paragrafi che seguono, verranno delineati due differenti set di indicatori di sostenibilità riferibili, rispettivamente, all'impresa e alla destinazione turistica. Con il termine "indicatore" si definisce normalmente un numero o un vettore di numeri che esprimono e sintetizzano un'informazione complessa sul tema fatto oggetto di misurazione. In linea generale l'efficacia

<sup>7</sup>Si veda, più avanti nel capitolo, il modello DPSIR.

---

degli indicatori dipende dalla circostanza che essi risultino al tempo stesso:

- **significativi** ai fini della valutazione in corso e cioè idonei a dimostrare il livello di raggiungimento degli obiettivi derivanti da valori di riferimento o target numerici;
- **rilevanti** per la realtà esaminata;
- **facilmente misurabili** attraverso serie di dati confrontabili nel tempo;
- **comprensibili** e cioè semplici e chiari anche per un pubblico non tecnico
- **sensibili** e cioè idonei a modificarsi in seguito al variare delle condizioni di partenza in modo da evidenziare la tendenza in atto;
- **sintetici** e cioè idonei a sintetizzare in un valore numerico una notevole quantità di informazioni.

Queste caratteristiche sono state seguite anche nella selezione degli indicatori di sostenibilità che verranno proposti nei paragrafi seguenti. E' tuttavia da sottolineare che la valutazione di alcuni fattori di sostenibilità deve essere fatta, in alcuni casi, su base qualitativa, non essendo concretamente possibile applicare criteri quantitativi. Per questo motivo, alcuni indicatori non daranno luogo a valori numerici, ma a un risultato "si/no" rispetto al fattore analizzato.

---

## 3.2 La misura della sostenibilità per le imprese turistiche

### 3.2.1 Introduzione

L'esigenza di misurare la sostenibilità nelle organizzazioni è strettamente connessa con la volontà di comunicare le proprie prestazioni economiche, ambientali e sociali, attraverso rapporti periodici rivolti ai diversi portatori di interesse (azionisti, clienti, pubblico).

Nelle pagine seguenti viene descritto il modello *Global Reporting Initiative*: pur non costituendo l'unico riferimento per il reporting di sostenibilità, il documento è certamente di estremo interesse, soprattutto per la specifica applicazione al settore dei tour operator, uno dei pochissimi esempi, a livello internazionale, di individuazione di indicatori per la sostenibilità applicabile alle imprese turistiche. In particolare, il modello GRI, pur non rappresentando in questa fase un sistema di certificazione in senso stretto, sembra più adeguato in questa sede rispetto ai numerosi sistemi di certificazione turistica esistenti in Europa, che, pur trovando specifica applicazione alle imprese del settore turistico, sono generalmente focalizzati unicamente sulla componente ambientale. Una particolare attenzione merita, a questo proposito, il nuovo **Ecolabel europeo** per il servizio offerto dalle strutture ricettive, disciplinato, in via generale, dal Regolamento CE n. 1980/2000. I criteri ecologici specifici dell'Ecolabel turistico sono stati approvati con la Decisione in aprile 2003, n. 287. Il sistema è in vigore dal 1° maggio 2003. Interessante notare che la definizione dei criteri dell'Ecolabel turistico si è svolta sotto la guida italiana. Come si è detto, il sistema in oggetto è completamente focalizzato sugli aspetti ambientali. I criteri stabiliti per l'attribuzione dell'Ecolabel europeo ai servizi di ricettività turistica hanno infatti i seguenti obiettivi: a) limitare i consumi di energia; b) limitare i consumi di acqua; c) limitare la produzione dei rifiuti; d) favorire l'uso di risorse rinnovabili e di sostanze che sono meno pericolose per l'ambiente; e) promuovere la comunicazione e l'educazione ambientale.

Un identico approccio è seguito dai sistemi di certificazione aderenti al **Programma europeo VISIT** (v. *supra*, Capitolo 2, § 2.2), e in particolare da: *The Green Key* (Danimarca), Legambiente Turismo (Italia), *La Clef Verte* (Francia), *Nordic Swan* (Scandinavia), per richiamare solo i più noti. I sistemi appena richiamati costituiscono indubbiamente un fondamentale – e imprescindibile – punto di riferimento per la definizione degli indicatori di performance ambientale delle imprese turistiche, ma non esauriscono, per la loro intrinseca settorialità, il



---

possibile schema metodologico dei sistemi di gestione della sostenibilità. Lo standard GRI consente invece di includere nel set degli indicatori la componente economica, ambientale e sociale e risponde quindi in modo appropriato alle esigenze di questo studio. Lo standard GRI ha inoltre la valenza di uno strumento di carattere generale, applicabile a tutte le organizzazioni, e consente quindi di superare il quadro già troppo frammentato e articolato dei sistemi specifici e settoriali di certificazione turistica.

### 3.2.2 Il modello Global Reporting Initiative - GRI

Con la denominazione *Global Reporting Initiative* (GRI) si individua un processo che coinvolge molteplici soggetti portatori di interesse a livello internazionale, con lo scopo di sviluppare e di divulgare metodologie e indicatori comuni per il reporting di sostenibilità.

Nel contesto GRI, il modello di gestione orientato alla sostenibilità si applica alle organizzazioni in generale e sintetizza la dimensione economica, ambientale e sociale delle loro attività, prodotti e servizi.

La serie dei documenti GRI comprende le *Sustainability Reporting Guidelines*<sup>8</sup>, pubblicate nel 2002, i supplementi di settore, i documenti guida tematici e i protocolli tecnici. Questi ultimi forniscono in dettaglio definizioni, procedure, formule riguardanti specifici indicatori di sostenibilità. Le Linee Guida GRI raggruppano gli indicatori di prestazione in tre sezioni dedicate rispettivamente alla **dimensione economica, ambientale e sociale** della sostenibilità. La dimensione economica interessa gli impatti che un'organizzazione esercita sulla capacità economica dei suoi interlocutori o del sistema economico locale; la dimensione ambientale riguarda gli impatti che l'organizzazione può esercitare sui sistemi naturali (ecosistemi, terra, aria, acqua); la dimensione sociale riguarda gli impatti dell'organizzazione sui sistemi sociali in cui la stessa opera (discriminazione, libertà di associazione, diritti umani).

Le Linee Guida GRI propongono, pur senza suggerire indicatori specifici, una quarta dimensione delle prestazioni di un'organizzazione, costituita dai cosiddetti "indicatori integrati", che mettono in relazione due o più dimensioni della sostenibilità usando rapporti tra quantità (es. indicatori di eco-efficienza) oppure correlano l'attività dell'organizzazione con quella dei sistemi economici, ambientali, sociali dei quali essa è parte integrante (es. performance in relazio-

<sup>8</sup>Sustainability Reporting Guidelines, Global Reporting Initiative, 2002

---

ne ai benchmark di settore).

**Molti degli indicatori** proposti nelle Linee Guida **GRI hanno in realtà natura descrittiva, risultando difficile, se non impossibile, condensare** certe tipologie di **informazioni in parametri numerici**. Questo è particolarmente frequente per la sezione dedicata agli indicatori sociali, dove, nella formulazione dell'indicatore, si fa spesso riferimento alla descrizione di politiche, programmi, iniziative.

Ci troviamo di fronte quindi a un concetto allargato di indicatore, che esula dalla sua natura matematica, ma consente comunque di assicurare un certo grado di omogeneità alle informazioni che devono essere comunicate.

### **3.2.3 Analisi delle Linee Guida GRI settoriali per Tour Operator**

Il supplemento di settore GRI per i tour operators è stato sviluppato da *Tour Operators' Initiative*<sup>9</sup> in collaborazione con *Global Reporting Initiative* e pubblicato in versione pilota il 6 novembre 2002.

Il documento contiene **47 indicatori** sviluppati per misurare le prestazioni dei tour operators, con riferimento agli aspetti ambientali, economici e sociali delle loro attività. Il supplemento di settore integra e non sostituisce la sezione relativa agli indicatori di prestazione delle *Sustainability Reporting Guidelines 2002*.

Il supplemento di settore si rivolge esclusivamente alle organizzazioni che offrono pacchetti vacanza costituiti da combinazioni predefinite delle seguenti tre tipologie di servizi turistici: trasporti, alloggio e altri servizi primari, per una durata complessiva del servizio superiore alle ventiquattro ore, compreso il pernottamento.

È importante sottolineare che il documento non ha la finalità di cogliere aspetti specifici delle attività coinvolte dal pacchetto turistico, quali i trasporti, gli alloggi o gli altri servizi.

**I 47 indicatori sono suddivisi** nelle seguenti **cinque categorie** che riflettono le fasi del ciclo di vita del prodotto turistico dalla pianificazione allo sviluppo, fino alla consegna:

1. **Gestione e sviluppo del prodotto:** comprende le azioni relative alla scelta della destinazione e alle tipologie di servizi incluse (es. utilizzo del treno piuttosto dell'aereo).
2. **Gestione interna:** tiene conto di tutte le attività che sono svolte presso la sede e gli uffici.

<sup>9</sup>Tour Operators' Initiative (TOI) è un network di tour operator con l'obiettivo di introdurre i principi della sostenibilità nelle loro attività, con il supporto dell'UNEP, dell'UNESCO e dell'organizzazione Mondiale del Turismo (WTO/OMT).

---

ci periferici (es. utilizzo di apparecchiature da ufficio, produzione di brochure, rapporti con il personale).

3. **Gestione della catena dei fornitori:** orienta le azioni relative alla selezione e al rapporto contrattuale con i fornitori.

4. **Rapporti con il cliente:** sintetizza le informazioni relative al rapporto con il cliente, non solo con riferimento alla risposta alle segnalazioni, ma anche per quanto riguarda l'opportunità di fornire informazioni ed accrescere la consapevolezza per il consumo sostenibile.

5. **Cooperazione con la destinazione:** include le attività e le decisioni connesse con le destinazioni turistiche coinvolte nella predisposizione di pacchetti turistici. Le azioni principali sono relative all'impegno per avviare un dialogo con i portatori di interesse sugli impatti dei pacchetti turistici e ai progetti per il miglioramento delle condizioni di vita.

Durante la fase di elaborazione del documento, i membri del gruppo di lavoro hanno iniziato a sviluppare ulteriori documenti, non ancora ufficialmente approvati da GRI, denominati *Guidance notes* che riportano le *best practices* nel settore e alcune informazioni supplementari per specifici indicatori.

Per quanto siano stati sviluppati per una specifica impresa turistica, **gli indicatori contenuti nel supplemento di settore GRI per i Tour Operators**, opportunamente adattati, **costituiscono una imprescindibile base di partenza per elaborare una griglia di indicatori di sostenibilità per le organizzazioni turistiche.**

### **3.2.4 Indicatori di sostenibilità per l'impresa turistica**

Sulla base delle precedenti osservazioni, si propone qui di seguito un possibile set di indicatori per la valutazione di sostenibilità dell'impresa turistica.

Gli indicatori di sostenibilità per l'impresa turistica qui proposti derivano da una rilettura delle categorie e degli indicatori GRI (v. *supra*, §§ 3.2.2 e 3.2.3), estendendo da un lato il campo di applicazione a tutti gli operatori turistici, dall'altro individuando e selezionando gli indicatori più adatti per quantificare il livello di sostenibilità delle imprese turistiche.

Gli indicatori di sostenibilità qui proposti assumono pertanto un maggiore grado di generalità rispetto al supplemento di settore GRI per Tour Operators, costituendo il risultato di una scelta di indicatori applicabili a imprese turistiche appartenenti a diverse tipologie. È stata mantenuta la suddivisione in cinque tematiche contenuta nel supplemento di settore GRI per Tour

---

Operators, in quanto applicabile anche agli altri attori del sistema turistico, con una ulteriore suddivisione della seconda in tre sottotematiche:

1. Composizione e scelta dei servizi
2. Gestione interna
  - 2.1 salute e sicurezza
  - 2.2 ambiente
  - 2.3 responsabilità sociale
3. Controllo dei fornitori
4. Gestione del cliente
5. Relazioni con la destinazione

All'interno di tali tematiche trovano la loro collocazione indicatori riferiti a uno o più dei tre pilastri della sostenibilità: economia, ambiente e società.

Rispetto agli indicatori proposti per i soli Tour Operators, la prima delle cinque tematiche si differenzia maggiormente, in quanto diversi sono i servizi erogati dai diversi soggetti. In generale, la tematica “composizione e scelta dei servizi” è tanto più significativa per la sostenibilità dell'impresa turistica, quanto più quest'ultima è in grado di offrire un'ampia gamma di servizi: nel caso di piccole realtà che offrono specifici servizi di supporto (es. noleggio biciclette) essa potrebbe risultare del tutto inapplicabile.

La Tabella seguente riporta un elenco semplificato di indicatori proposti da TCI per misurare la sostenibilità delle imprese turistiche. Nella colonna “Indicatore” sono indicate eventuali restrizioni del campo di applicazione dell'indicatore<sup>10</sup>. La terza e la quarta colonna riportano rispettivamente l'unità di misura e l'ambito nel quale l'indicatore si colloca (**E**conomia, **A**mbiente, **S**ocietà). In termini generali, gli indicatori esprimibili mediante una risposta SI/NO sono riferiti alle iniziative, alle azioni e agli strumenti messi in campo dalle organizzazioni per la sostenibilità turistica (*Management Performance Indicators*<sup>11</sup> - MPI), gli indicatori esprimibili mediante numeri assoluti, relativi o percentuali permettono di misurare l'effettiva prestazione in tema di sostenibilità (*Operative Performance Indicators* - OPI).

Come anticipato all'inizio del capitolo, gli indicatori di seguito elencati possono essere applicabili, a seconda dei casi, a uno o più dei seguenti operatori turistici:

<sup>10</sup>TO: Tour Operator, AC: servizi di alloggio, TR: servizi di trasporto, AL: altri servizi turistici.

- AC: imprese che erogano servizi di pernottamento e la quota di imprese che erogano servizi di ristorazione specificatamente dedicati ai turisti;
- AL: altri servizi turistici (es.: stabilimenti balneari, impianti di risalita);
- TR: le imprese che erogano servizi di trasporto;
- TO: tour operators, più in generale le imprese che forniscono pacchetti di viaggio comprensivi dei servizi citati.

Per le imprese che erogano servizi accessori possono essere utilizzati gli indicatori della categoria AC nei casi in cui il servizio accessorio sia associato principalmente a una pressione fisica diretta sul territorio (es. porti turistici).

**Il set di indicatori proposto è stato anche selezionato in funzione di una relativa snellezza applicativa e di una agevole comunicabilità dei risultati al pubblico.** Per semplificare ulteriormente l'applicazione della metodologia e per potenziare la comunicabilità dei risultati, sono stati individuati alcuni indicatori prioritari. Il set semplificato degli indicatori Tci è stato elaborato per consentirne l'applicazione anche alle imprese turistiche di medie e piccole dimensioni. Il set di indicatori è stato sperimentato attraverso un'applicazione a due imprese ricettive.

**Tabella 3.5.1. – Proposta di indicatori di sostenibilità per l'impresa turistica**

TIPO OPERATORE	INDICATORE	UNITÀ DI MISURA	E/A/S
<b>COMPOSIZIONE E SCELTA DEI SERVIZI</b>			
TO	Esistenza di criteri sostenibili per la scelta delle destinazioni turistiche (es. valutazione di informazioni sullo stato dell'ambiente e sulle politiche ambientali adottate)	SI / NO	EAS
TO	Progettazione specifica del servizio turistico in base alle caratteristiche ambientali delle destinazioni turistiche	SI / NO	A
<b>GESTIONE INTERNA</b>			
Tutti	Numero e tipologia delle certificazioni ottenute (ISO 9001, ISO 14001/EMAS, OHSAS 18001, SA 8000, altri sistemi di certificazione)	-	EAS
Tutti	Percentuale di ore di formazione del personale (sul totale delle ore lavorate) sulle tematiche della sostenibilità	%	EAS
AC	Grado di utilizzo medio delle infrastrutture ricettive	%	D
<b>Salute e sicurezza</b>			
Tutti	Esistenza di programmi per il miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza del personale	SI / NO	S
Tutti	Investimenti per dipendente per la prevenzione di infortuni e malattie	€	S

<sup>11</sup>La terminologia utilizzata (OPI, MPI) è in accordo con la norma UNI EN ISO 14031, *Linea guida per la valutazione della prestazione ambientale*.

Tutti	Indici di frequenza degli infortuni	infortuni / 1.000.000 ore lavorate	S
Tutti	Indici di gravità degli infortuni	ore perse / 1.000.000 ore lavorate	S
<b>Responsabilità sociale</b>			
Tutti	Politica di assunzioni che escluda ogni discriminazione in base a razza, religione, sesso	SI / NO	S
Tutti	Politica di assunzioni per favorire la presenza di lavoratori con contratto stabile	SI / NO	S
Tutti	Proporzione degli uomini e delle donne nei diversi livelli di inquadramento	%	S
Tutti	Esistenza di iniziative per facilitare la paternità e la maternità	SI / NO	S
<b>Ambiente</b>			
Tutti	Consumi energetici totali	TEP / anno	A
Tutti	Consumi energetici pro-capite	TEP / pers. anno	A
Tutti	Consumi energetici pro-capite: andamento su base anno 2000	%	A
AC/AL	Percentuale di energia da fonti rinnovabili	%	A
Tutti	Consumi idrici totali	m <sup>3</sup> / anno	A
Tutti	Consumi idrici pro-capite	m <sup>3</sup> / pers. anno	A
Tutti	Consumi idrici pro-capite: andamento su base anno 2000	%	A
AC/AL	Percentuale di riciclo dell'acqua	%	A
Tutti	Emissioni di gas serra totali e unitari	t / anno, t / pers. anno	A
Tutti	Presenza (quantità) di gas lesivi dell'ozono (CFC, HCFC)	Kg	A
AC/AL	Scarichi idrici (carico inquinante BOD, COD)	m <sup>3</sup> / anno, m <sup>3</sup> / pers. anno	A
AC/AL	Tipologia di recapito delle acque reflue (fognatura, fiume, lago, mare, acque sotterranee)	testo	A
Tutti	Esistenza di programmi per minimizzare (ottimizzare) l'uso di materiali	SI / NO	A
Tutti	Percentuale di materiali esplicativi e pubblicitari realizzati in materiale completamente riciclato	%	A
Tutti	Produzione di rifiuti totale	t / anno	A
Tutti	Produzione di rifiuti pro-capite	t / pers. anno	A
Tutti	Prod. di rifiuti pro-capite: andamento su base anno 2000	%	A
Tutti	Raccolta differenziata	%	A
AC/AL	Superficie occupata dall'infrastruttura turistica	m <sup>2</sup>	A
AC	Percentuale di suolo impermeabilizzato	%	A
AC/AL	Numero e superficie dei siti con presenza di habitat di pregio	numero, km <sup>2</sup>	A
<b>GESTIONE DEI FORNITORI</b>			
Tutti	Esistenza di un'attività di comunicazione e sensibilizzazione dei fornitori sul tema della sostenibilità	SI / NO	EAS
Tutti	Esistenza di iniziative congiunte con i fornitori per avviare azioni sostenibili (nelle organizzazioni e nelle destinazioni)	SI / NO	EAS

Tutti	Percentuale di fornitori che applicano sistemi di gestione ambientale (ISO 14001/EMAS) o sistemi di certificazione ambientale di prodotto/servizio	%	A
Tutti	Percentuale di fornitori che applicano sistemi di gestione della sicurezza (OHSAS 18001)	%	S
Tutti	Percentuale di fornitori che applicano strumenti di gestione etica (SA 8000)	%	S
Tutti	Percentuale di fornitori che pubblicano report di sostenibilità	%	EAS
<b>GESTIONE DEL CLIENTE</b>			
Tutti	Esistenza di misure per accrescere la consapevolezza e sensibilizzare i clienti sulla sostenibilità dei servizi turistici	SI / NO	EAS
Tutti	Percentuale di segnalazioni da parte dei clienti inerenti questioni ambientali, di sicurezza e sociali relative alla comunità ospitante	%	EAS
AC/AL	Esistenza di strumenti di analisi di soddisfazione del cliente rispetto ai servizi forniti e al rapporto qualità/prezzo	SI / NO	E
<b>RELAZIONI CON LA DESTINAZIONE</b>			
Tutti	Investimenti diretti e indiretti in ambiente, sicurezza, iniziative culturali e sociali per le comunità ospitanti (totale e % sugli investimenti totali)	€, %	EAS
AC/AL	Percentuale sul consumo totale di prodotti contrassegnati da marchi ecologici	%	EAS
AC	Percentuale sul consumo totale di prodotti locali	%	EAS

Considerando la composizione del sistema delle imprese turistiche nel contesto italiano, e, in particolare, dell'impresa ricettiva, di prevalente dimensione medio-piccola e spesso a conduzione familiare, il set di indicatori proposto può sembrare indubbiamente di difficile applicazione. E ciò nonostante il fatto che, come si è detto in precedenza, il set di indicatori è stato notevolmente semplificato rispetto agli standard internazionali per consentirne l'applicazione alle diverse tipologie di imprese turistiche. È possibile provare a descrivere alcune delle difficoltà ipotizzabili, utilizzando, per semplicità, il caso dell'impresa ricettiva. Ad esempio:

- a. come affrontare una valutazione basata sull'esistenza di sistemi di gestione certificati secondo le diverse norme europee e internazionali disponibili, quando è nota la scarsa diffusione di questi sistemi presso l'impresa ricettiva? In realtà, l'adozione del set di indicatori TCI può servire ad avviare il percorso certificativo, secondo lo schema che risulti maggiormente coerente con la struttura e dimensione dell'azienda considerata;
- b. come è possibile applicare parametri di formazione/educazione del personale in una realtà caratterizzata in prevalenza da personale straniero stagionale, elevato turn-over e scarsa professionalità? Gli indicatori TCI tendono proprio a favorire una maggiore stabilità dei rapporti di lavoro nel settore turistico, oltre a una maggiore fidelizzazione e professionalizzazione del personale. Con azioni e programmi graduali, che rispondano all'e-

---

quilibrio economico complessivo dell'azienda considerata;

c. come far fronte alla complessità tecnica connessa all'applicazione di alcuni indicatori, in particolare degli indicatori di prestazione ambientale? È indubbiamente necessario, almeno nella fase iniziale, un supporto di consulenza tecnica esterna, che potrebbe tuttavia essere organizzato, con notevoli economie di scala, aggregando più aziende nel medesimo territorio e con il supporto delle associazioni di categoria e/o degli enti locali di riferimento.

L'esemplificazione potrebbe continuare, ma l'idea di fondo da esprimere sembra essere la seguente: è indispensabile definire un set semplificato di indicatori, capace di rappresentare il primo passo verso una cultura innovativa di gestione della sostenibilità. Lo schema semplificato deve essere caratterizzato comunque dalla più ampia **flessibilità** nel senso che l'azienda che decida di intraprendere il percorso proposto deve essere libera di decidere, nella fase iniziale, a quale livello di "conformità" intende adeguarsi.

Si propone quindi il seguente **schema semplificato di indicatori di sostenibilità per l'impresa turistica**:

<b>SCHEMA SEMPLIFICATO DI INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ PER L'IMPRESA TURISTICA</b>	
1.	Numero e tipologia delle certificazioni ottenute (ISO 9001, ISO 14001/EMAS, OHSAS 18001, SA 8000, altre certificazioni)
2.	Consumi energetici pro-capite: andamento su base anno 2000
3.	Percentuale di energia da fonti rinnovabili
4.	Consumi idrici pro-capite: andamento su base anno 2000
5.	Produzione di rifiuti pro-capite: andamento su base anno 2000
6.	Percentuale di raccolta differenziata di rifiuti
7.	Strumenti esplicativi e pubblicitari realizzati in materiale completamente riciclato, acquisti verdi, imballi a rendere o refilling
8.	Percentuale di fornitori che applicano sistemi di gestione ambientale o certificazioni ambientali di prodotto (ISO 14001/EMAS, Ecolabel)
9.	Percentuale di fornitori che pubblicano report di sostenibilità
10.	Strumenti di analisi di soddisfazione del cliente
11.	Politica di assunzioni di personale stabile*
12.	Percentuale uomini/donne nel personale
13.	Percentuale di ore di formazione del personale sulle tematiche della sostenibilità (sul totale delle ore lavorate)
14.	Esistenza di iniziative per facilitare la paternità e la maternità
15.	Investimenti diretti e indiretti in ambiente, sicurezza, iniziative culturali e sociali per le comunità ospitanti (totale e % sugli investimenti totali)

\* È utile rapportare questo indicatore alle presenze di lavoratori stagionali, contratti a progetto e stage.



---

## 3.3 La misura della sostenibilità per le destinazioni turistiche

### 3.3.1 Introduzione

Per mettere a punto un adeguato set di indicatori finalizzato alla valutazione dei livelli di sostenibilità delle destinazioni turistiche, è indispensabile fare riferimento, come si è fatto per l'impresa turistica, alle metodologie già sperimentate ed attualmente applicabili (per i riferimenti agli indicatori di sostenibilità OMT 2004, si veda *supra*, § 3.1). Vengono in primo luogo prese in considerazione le metodologie impiegate per l'analisi dei dati ambientali, generalmente poste a fondamento delle politiche ambientali delle amministrazioni. Lo strumento fondamentale in proposito è la **Relazione sullo Stato dell'Ambiente** (RSA), che contribuisce a delineare il quadro di riferimento dello stato dell'ambiente e delle risorse presenti su un dato territorio e indica le principali priorità su cui l'Ente preposto al governo del territorio intende concentrare la propria azione. La RSA costituisce di regola anche il punto di partenza dei percorsi di Agenda 21 locale (v. *supra*, capitolo 2, §2.6).

La RSA è uno strumento finalizzato alla conoscenza approfondita dello stato dell'ambiente e del contesto territoriale e socioeconomico, all'individuazione delle principali problematiche ambientali esistenti, al supporto del decisore pubblico nella definizione delle politiche e dei programmi ambientali e nel monitoraggio della loro attuazione.

Le metodologie utilizzate a ogni livello territoriale di ricognizione dello stato dell'ambiente si basano sull'utilizzo di *indicatori ambientali*, organizzati secondo modelli concettuali che rappresentano le relazioni causa-effetto tra le attività antropiche, le conseguenti modificazioni ambientali e le risposte adottate dalla collettività in risposta alle criticità emerse.

I principali modelli disponibili a livello internazionale sono il modello Pressione - Stato - Risposte (PSR), sviluppato dall'OCSE nel 1993 e il **modello Drivers - Pressioni - Stato - Impatto - Risposte (DPSIR)**, sviluppato dall'Agenzia Europea per l'Ambiente (EEA) nel 1995. L'uso degli indicatori risponde a un'esigenza essenziale di semplicità nella comunicazione: un indicatore dovrebbe condensare in un parametro di immediata comunicazione un'informazione più ampia e rilevante per l'oggetto della comunicazione. Un esempio riportato dalla stessa Agenzia Europea per l'Ambiente<sup>12</sup> (EEA) è quello della temperatura corporea: essa, al di là del

<sup>12</sup>Smeets, E., Weterings, R., *Environmental indicators: Typology and Overview*, EEA, Copenhagen, 1999

mero significato del parametro, fornisce informazioni critiche sul nostro stato di salute. Allo stesso modo, gli indicatori ambientali forniscono informazioni, riferite a un dato fenomeno, che risultano critiche per la qualità ambientale, semplificando sovente una realtà complessa: tuttavia il loro significato va al di là della proprietà direttamente misurata od osservata.

Come anticipato, gli indicatori ambientali hanno un ruolo fondamentale nel supportare le politiche nel contesto di processi di Agenda 21 Locale:

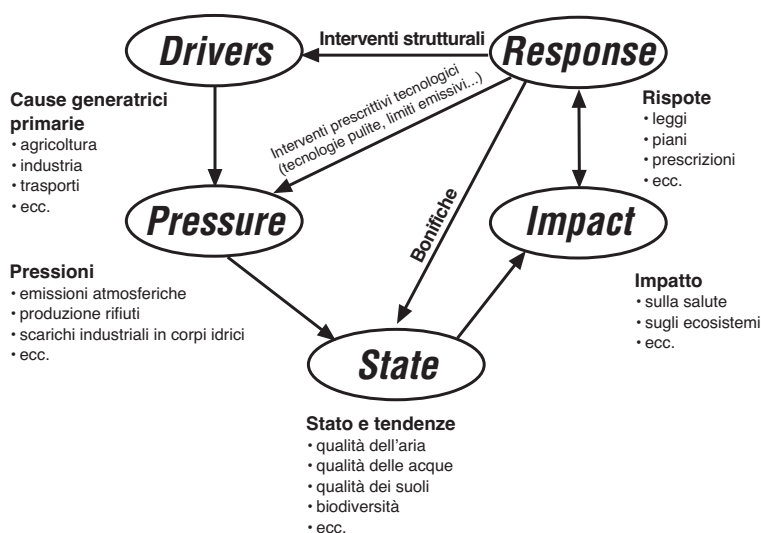
- identificando le priorità e i fattori chiave che possono causare pressioni sull'ambiente;
- monitorando l'efficacia delle politiche.

Inoltre, gli indicatori ambientali possono essere utilizzati come potente strumento di comunicazione per incrementare la consapevolezza del pubblico su determinati problemi.

### 3.3.2 Il modello DPSIR

Il modello DPSIR è proposto dall'Agenzia Europea per l'Ambiente come estensione del modello PSR dell'OCSE.

**Modello DPSIR**  
**Categorie e relazione di causalità degli elementi conoscitivi**



---

Il modello DPSIR è basato su una struttura di relazioni causali che legano tra di loro i seguenti elementi:

- **Drivers:** settori economici, attività umane (agricoltura, industria, trasporti)
- **Pressioni:** emissioni in genere, rifiuti, scarichi idrici
- **Stato:** qualità fisiche, chimiche, biologiche dell'ambiente (aria, acqua, suoli, biodiversità)
- **Impatti:** impatti su salute pubblica, ecosistemi, fruizione e funzioni delle risorse
- **Risposte:** scelte, priorità, standard di riferimento, piani, leggi, prescrizioni.

Le caratteristiche di un sistema basato su questo tipo di schematizzazione permettono di caratterizzare la rappresentazione dell'ambiente in maniera organica, in modo da esprimere ai diversi livelli di sintesi: stato e qualità, pressioni, grado e entità della correlazione tra pressioni e cambiamenti. Gli interventi esercitati sull'ambiente diventano così elementi dello schema, componenti indispensabili per raccordare il sistema di conoscenza e quindi utili per aiutare a: capire le cause e le dinamiche che hanno determinato certi stati e qualità, capire gli effetti prodotti dagli interventi, valutare la necessità di pianificare nuovi interventi, stabilire priorità di attuazione tra interventi alternativi.

### **3.3.3 Ampliamento del modello DPSIR ai fattori chiave della sostenibilità**

Il modello DPSIR, essendo basato su relazioni causa-effetto, assume come punto di partenza il contesto socio-economico del territorio al quale si applica.

Le dimensioni economica e sociale sono pertanto parti integranti del modello, almeno nella fase iniziale di individuazione delle cause generatrici primarie: gli indicatori attribuibili alla categoria "Drivers" hanno infatti lo scopo di misurare alcuni aspetti chiave delle attività antropiche, includendo le attività economiche (agricoltura, industria, commercio, turismo, etc.), i fattori demografici, occupazionali, socio-sanitari e individuando i fattori potenzialmente critici rispetto alle condizioni ambientali.

Essendo stato sviluppato in un contesto di valutazione della compatibilità ambientale, il modello DPSIR non è in grado invece di descrivere adeguatamente le fasi successive della catena causa-effetto che sottende la logica del modello.

Gli indicatori di pressione, di stato, di impatto e di risposta sono esclusivamente riferiti al sistema ambientale e il modello non consente, nella sua formulazione originaria, di cogliere aspet-

---

ti quali, per esempio, la sicurezza sul lavoro e le politiche sociali.

In diversi ambiti di sviluppo di Agenda 21 locale, peraltro, sono stati sviluppati set di indicatori che rispondessero all'esigenza di estendere l'oggetto dell'analisi dalla sola dimensione ambientale a quella economica e sociale.

L'OCSE<sup>13</sup> afferma che gli indicatori di settore non sono limitati a quelli ambientali ma possono anche riguardare le relazioni con gli aspetti economici e sociali, in un contesto di sviluppo sostenibile. Tuttavia, i contributi sugli indicatori settoriali non sono di carattere generale ma si limitano ai trasporti, all'energia e al settore domestico, non includendo, in particolare, le attività turistiche.

L'**Agenzia Europea per l'Ambiente**<sup>14</sup>, oltre a classificare gli indicatori secondo il loro contenuto informativo in indicatori descrittivi, di prestazione e di efficienza, individua una quarta categoria denominata *Total Welfare Indicators*, che risponde alla necessità di misurare una qualche forma di "sostenibilità totale". Tale ambito viene tuttavia ritenuto al di fuori del programma di lavoro dell'Agenzia e non è stato ulteriormente sviluppato nel documento.

Il testo nel quale si affronta in modo più sistematico il problema di individuare indicatori di sostenibilità che non si limitino alla sfera ambientale è quello relativo agli **indicatori comuni europei**<sup>15</sup> (ICE).

La costruzione di una serie di indicatori comuni europei sulla sostenibilità locale nasce da un'iniziativa congiunta della Commissione europea (DG Ambiente), dell'Agenzia Europea per l'Ambiente e del gruppo di esperti sull'ambiente urbano creato nel 1991 dalla Commissione con il fine di sostenere gli sforzi degli Enti Locali per raggiungere la sostenibilità e fornire informazioni obiettive e comparabili sui progressi conseguiti in materia in tutta Europa. Essa si basa su una serie di indicatori integrati comuni, in cui ciascun indicatore riflette le interazioni tra gli aspetti ambientali, economici e sociali. **Lo scopo è misurare l'avvicinamento o l'allontanamento rispetto a un modello sostenibile, assumendo come punto di riferimento l'entità del cambiamento nel tempo e l'individuazione di tendenze e direzioni, piuttosto che di valori definibili in termini assoluti.**

<sup>13</sup> OECD *Environmental Indicators - Development, Measurement and Use*, OCSE, Paris, 2003.

<sup>14</sup> Smeets, E., Weterings, R., *Environmental Indicators: Typology and Overview*, EEA, Copenhagen, 1999

<sup>15</sup> *Verso un quadro della sostenibilità a livello locale - Indicatori comuni europei - Relazione tecnica*, Commissione Europea - DG Ambiente, Lussemburgo, 2000

---

Per valutare la scelta metodologica che verrà proposta nel presente studio, è utile riportare l'elenco dei **10 indicatori comuni europei**:

1. soddisfazione dei cittadini con riferimento alla comunità locale;
2. contributo locale al cambiamento globale;
3. mobilità locale e trasporto passeggeri;
4. accessibilità delle aree verdi pubbliche e dei servizi locali;
5. qualità dell'aria locale;
6. spostamenti casa-scuola dei bambini;
7. gestione sostenibile dell'autorità locale e delle imprese locali;
8. inquinamento acustico;
9. uso sostenibile del territorio;
10. prodotti sostenibili.

Il calcolo dei primi 5 indicatori è considerato prioritario, mentre degli altri è semplicemente auspicabile.

È opportuno infine tenere presente il lavoro svolto per la redazione della **Guida Blu Legambiente**, che ha selezionato 249 dei 483 comuni definiti "centri balneari" dal TCI, che uniscono un'offerta turistica di qualità a un buono stato di conservazione dell'ambiente marino e costiero. Su ognuno di questi Comuni sono stati raccolti dati sulle caratteristiche ambientali e ricettive, che hanno permesso di attribuire un giudizio a ciascuna località, dalle 5 vele assegnate alle dieci migliori fino a 1 vela.

I parametri presi in esame possono essere suddivisi in due categorie: a) la qualità dei servizi ricettivi, e b) la qualità ambientale del territorio del Comune. Complessivamente gli indicatori considerati sono 128, provenienti dalle banche dati di Istat, Ancitel, Sist, Cerved, Ministero della Sanità, Enit, Touring Club Italiano, Enel, Istituto Ambiente Italia e Legambiente.

### **3.3.4 La metodologia Carrying Capacity: possibile ruolo nella misura della sostenibilità**

Esiste un'ampia letteratura sull'applicazione del concetto di **capacità portante** (*carrying capacity*) ai fenomeni turistici.

Occorre in primo luogo distinguere le diverse interpretazioni e le diverse applicazioni del concetto di capacità portante, a seconda dell'ambito di ricerca in cui il tema è stato affrontato.

---

In termini generali, si possono individuare due accezioni della capacità portante: a) la prima, nata nel contesto delle scienze ecologiche, è legata alla capacità naturale dell'ambiente di sostenere un determinato livello di popolazione; b) la seconda, di natura economica, è legata ai livelli di beneficio che i fruitori di una risorsa possono ricavarne in funzione delle condizioni di affollamento.

Dopo un primo inquadramento del tema, nei paragrafi seguenti l'attenzione sarà concentrata sull'applicazione del concetto di capacità portante alle attività turistiche, sviluppando l'approccio economico.

### 3.3.5 Il concetto ecologico di capacità portante

La capacità portante, nell'ambito dell'ecologia delle popolazioni, evidenzia il valore di equilibrio della funzione che esprime la crescita di una popolazione in presenza di risorse ambientali limitate. Escludendo interazioni con altre popolazioni, si può dimostrare infatti che esiste un unico equilibrio stabile (oltre a quello, banale, corrispondente all'assenza della popolazione). Livelli superiori della popolazione tendono a ridurre le risorse pro-capite disponibili e di conseguenza il tasso di crescita netto, mentre livelli inferiori portano a ottenere l'effetto opposto. L'estrema difficoltà di una quantificazione della capacità portante in contesti complessi e dinamici, dove il livello di risorse non è predeterminato ma condizionato dal comportamento degli individui, ha spinto alcuni ricercatori a individuare concetti alternativi.

Uno dei principali è rappresentato dalla nozione di **Impronta Ecologica**, che rovescia il concetto di capacità portante, misurando la superficie di territorio equivalente ai consumi di materia e di energia e alle emissioni e scarti di ogni attività, piuttosto che tentare di stimare il livello massimo di popolazione sostenibile da un determinato territorio.

In ogni caso il concetto ecologico di capacità portante è la base per alcune interpretazioni di natura economica sulla massima capacità ricettiva di determinate destinazioni turistiche.

### 3.3.6 La capacità portante nel turismo

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, la capacità di carico di una destinazione turistica è costituita dal **massimo numero di persone che visita, nello stesso periodo, una determinata località senza compromettere le sue caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali e senza ridurre la soddisfazione del turista**. Le Linee Guida

---

UNEP indicano come la capacità di carico debba diventare parte integrante del processo di pianificazione del turismo delle aree turistiche.

Uno degli aspetti più critici dell'applicazione della definizione data è la difficoltà di una quantificazione univoca, principalmente dovuta al fatto che su tale quantificazione incidono una molteplicità di variabili.

Così, ad esempio, se ci si chiede qual è il numero massimo di turisti sopportabile da una destinazione, è necessario misurare l'impatto del turista in termini di acqua ed energia consumate, di rifiuti prodotti, di emissioni generate: condensare tutte queste informazioni in un'unica valutazione del numero massimo di turisti fornisce tuttavia un'informazione limitata sul reale impatto del turismo sulle risorse ambientali. Da un lato, infatti, la capacità di carico di una destinazione potrebbe essere modificata incrementando la dotazione infrastrutturale o di risorse della destinazione stessa. Dall'altro lato, il numero di turisti sopportabili da una destinazione dipende in misura rilevante dal modello di consumo del turista: il territorio può certamente sopportare un numero maggiore di turisti se questi, ad esempio, utilizzano razionalmente le risorse idriche o vengono indotti a gestire in modo corretto i propri rifiuti.

In entrambi i casi riportati a titolo esemplificativo, risulta chiara l'incidenza che sulla effettiva capacità di carico di una destinazione possono determinare le specifiche *policies* messe in campo dagli enti di governo. Nel primo caso, politiche di infrastrutturazione del territorio destinate a comunità più o meno ampie di turisti e residenti; nel secondo caso, politiche di sviluppo turistico orientate a promuovere un comportamento consapevole da parte dei turisti, ma non solo. A determinare l'impatto dei flussi turistici sui territori contribuiscono anche, in larga misura, le tipologie di turismo che gli enti di governo della destinazione possono identificare come target preferenziali della propria offerta. Turismo della terza età, turismo scolastico, escursionismo: sono, ad esempio, segmenti di domanda turistica molto differenziati tra loro non solo per le specifiche esigenze di servizio espresse, ma anche per la modalità di fruizione turistica.

È opportuno infine sottolineare la scarsa omogeneità dell'affollamento turistico che si riscontra nelle destinazioni. Gli esempi sono innumerevoli: a fronte dell'affollamento dei punti di accesso automobilistico delle più importanti attrattive naturali, poche centinaia di metri o poche decine di minuti a piedi riducono drasticamente le presenze; la sensazione di evidente superamento della capacità di carico che si avverte lungo i principali itinerari turistici delle città d'arte viene

---

meno a distanza di poche decine di metri di percorso dai luoghi turistici e commerciali. La capacità portante dovrebbe quindi essere elaborata come intervallo di valori, piuttosto che come numero univoco. Il suo limite superiore rappresenta il vincolo all'interno del quale operare, poiché oltre quel limite lo sviluppo non sarebbe più sostenibile; il limite inferiore può essere associato a una possibile scelta di sviluppo turistico alternativo o, al limite, di chiusura del territorio e di rinuncia allo sviluppo economico generato dal turismo.

**Pur con le limitazioni indicate, il concetto di capacità portante può essere utilmente integrato nelle metodologie per la misura della sostenibilità, fornendo un utile supporto per la definizione di soglie di accettabilità almeno su alcuni degli indicatori utilizzati.**

### **3.3.7 L'integrazione della capacità portante nella misura della sostenibilità**

Gli indicatori correntemente utilizzati per la misura della sostenibilità hanno un valore e un'efficacia limitata se non vengono esplicitati valori soglia, target o valori di riferimento con cui confrontare l'indicatore stesso e valutare il grado di allontanamento o avvicinamento alla sostenibilità.

Per alcuni indicatori, ma non per tutti, tali **valori** esistono e sono riconosciuti a livello nazionale o internazionale: ad esempio sono **stabiliti a livello legislativo comunitario e nazionale** obiettivi per la qualità dell'aria, per la qualità delle acque superficiali e sotterranee, per la raccolta differenziata dei rifiuti.

Per altri indicatori la definizione risulta più complessa e arbitraria e dipende fortemente dall'obiettivo che si intende raggiungere, nonché dalle esigenze e dalle particolari caratteristiche del territorio.

Il valore soglia o di riferimento può presentarsi in diverse forme. Può, nel modo più semplice, apparire come un valore verso il quale l'indicatore deve tendere per evidenziare un avvicinamento alla sostenibilità, o viceversa un valore dal quale l'indicatore deve discostarsi per evidenziarne un allontanamento. Può essere rappresentato da una soglia (tipicamente uno standard di legge), che l'indicatore non deve superare in assoluto o per un numero di volte limitato. Può anche essere espresso come la percentuale di riduzione del valore che l'indicatore assume in un determinato anno di riferimento (per esempio la riduzione di una certa percentuale delle emissioni di anidride carbonica di un anno x, da effettuarsi entro l'anno y),



---

oppure può essere identificato nel semplice miglioramento progressivo dell'indicatore. È opportuno ricordare che l'Agenzia Europea per l'Ambiente, nella griglia di indicatori ambientali proposti sul proprio sito web, definisce alcuni indicatori di pressione turistica e stabilisce i corrispondenti *policy issues*, che permettono di associare agli indicatori gli appropriati target.

Per l'indicatore intensità turistica<sup>16</sup>, il *policy issue* dell'Agenzia europea è il seguente: "Are maximum 'carrying capacities' being reached in some regions?"

Nell'*Annuario dei dati ambientali*, pubblicato dall'APAT<sup>17</sup>, nella sezione dedicata all'indicatore "intensità turistica", la capacità di carico viene definita come il **massimo numero di turisti che il territorio può ospitare senza provocare un danno per l'ambiente fisico, o un impoverimento delle peculiarità della destinazione scelta.**

Anche per l'APAT, la valutazione dei valori dell'indicatore, che permette di esprimere un giudizio di sostenibilità, si basa, sia pure in termini qualitativi, sul concetto di capacità portante. È evidente dunque che quest'ultimo può rivestire un ruolo particolarmente utile per "orientare" gli indicatori di sostenibilità in campo turistico.

Questo non significa che sia praticabile una vera e propria integrazione tra il modello DPSIR e il concetto di capacità portante: per le sue caratteristiche, quest'ultimo può essere validamente utilizzato **per individuare valori soglia per alcuni specifici indicatori di sostenibilità.** In particolare, esso sembra particolarmente efficace con riferimento agli indicatori di "Driver" e di "Pressione", rendendo possibile una valutazione della sostenibilità del flusso turistico di determinate destinazioni.

Come anticipato all'inizio del paragrafo, **un set di indicatori costruito secondo il modello DPSIR, opportunamente integrato con fattori di tipo socio-economico, può essere uno strumento valido per la misura della sostenibilità delle destinazioni se declinato in termini valutativi attraverso l'individuazione di valori soglia: questi possono derivare da parametri di legge, *best practice*, riferimenti desunti dalla letteratura scientifica, target definiti dalle politiche ambientali, ma, per la misura della sostenibilità delle pressioni turistiche, oltre agli elementi citati, può assumere un ruolo determinante la capacità por-**

<sup>16</sup>Nel definire l'intensità turistica sono stati presi in considerazione quegli indicatori in grado di monitorare i fattori responsabili delle pressioni e degli impatti esercitati sull'ambiente dal turismo quali, il numero di posti letto per abitante, ad esempio, il numero degli arrivi per popolazione residente.

<sup>17</sup>APAT, *Annuario dei dati ambientali*, Roma, APAT, 2003

---

**tante.** Attraverso quest'ultimo strumento, è possibile individuare un valore soglia superando il quale sarebbero compromesse le caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali della destinazione e sarebbe ridotta la stessa soddisfazione del turista.

Sembra quindi possibile un **approccio che includa, in termini qualitativi, il criterio della capacità portante nella formulazione di scale di giudizio per alcuni specifici indicatori, al fine di passare da una fase descrittiva del fenomeno turistico e delle sue pressioni a una fase valutativa in termini di obiettivi di sostenibilità.**

### 3.3.8 Proposta di schema di valutazione

Un semplice schema di valutazione, che costituisce evidentemente una delle tante possibilità di costruire modelli di valutazione a partire dai valori numerici di un indicatore, può essere costruito suddividendo l'intervallo di valori che può assumere l'indicatore in quattro parti, corrispondenti a quattro livelli di sostenibilità:

- il **livello 1** esprime **valori pienamente accettabili** dell'indicatore
- il **livello 4** esprime **valori del tutto inaccettabili**, che richiedono interventi urgenti
- i **livelli 2 e 3** esprimono **situazioni intermedie.**

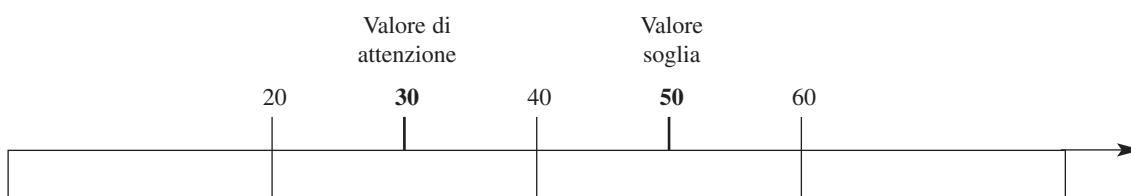
La scelta di operare su quattro livelli (o comunque su un numero di livelli pari) è giustificata dal fatto che in questo modo si evita un'eccessiva convergenza di giudizi sul valore "baricentrico" (es. il valore "due" in una scala da "uno" a "tre").

Per costruire i quattro livelli individuati si può procedere nel seguente modo:

- individuazione di un **valore soglia**, associato al concetto **di non accettabilità** del valore dell'indicatore (nei casi in cui ciò è applicabile e quindi essenzialmente per gli indicatori che esprimono l'intensità dello sfruttamento turistico, il valore soglia può derivare da considerazioni sulla capacità portante);
- individuazione di un **valore di attenzione**, che metta in luce il possibile avvicinamento al valore soglia;
- la suddivisione dell'intervallo **tra il valore soglia e il valore di attenzione in due parti uguali**, utilizzando il punto medio come separazione tra il livello 2 e il livello 3;
- la costruzione di altri due punti simmetrici rispetto al valore soglia e al valore di attenzione: tali punti saranno rispettivamente l'estremo superiore della classe 3 e l'estremo inferiore della classe 2.

---

L'esempio grafico che segue può chiarire la metodologia illustrata.



La definizione dei valori soglia dipende naturalmente dalla specificità dell'indicatore considerato e, in alcuni casi, anche dalle peculiarità della destinazione turistica: tale fase costituisce naturalmente l'elemento più critico di tutto il processo valutativo.

A titolo esemplificativo si richiamano alcuni dei possibili percorsi:

- utilizzo di valori già individuati nella normativa di riferimento (es. media annua della concentrazione di NO<sub>2</sub>: 40 µg/m<sup>3</sup>; percentuale di raccolta differenziata dei rifiuti urbani: 35%);
- utilizzo di valori definiti da accordi internazionali in termini comparativi rispetto a un periodo di riferimento (es. emissioni globali di gas serra inferiori dell'8% rispetto al corrispondente valore del 1990);
- utilizzo di classi previste dalla stessa normativa (stato di qualità ambientale dei corpi idrici superficiali)
- riferimento a *best practice*, attraverso un'attività di benchmarking con altre realtà con caratteristiche simili;
- stima (non priva di difficoltà) di valori associati alla capacità portante, per un insieme limitato di indicatori finalizzati a misurare le pressioni del fenomeno turistico.

**Al di fuori dei casi in cui i valori soglia sono stabiliti da leggi o standard accreditati a livello internazionale, il criterio più affidabile da utilizzare sembra quello dell'analisi comparativa rispetto a destinazioni caratterizzate da *best practice* riconosciute e condivise.**

### 3.3.9 Indicatori di sostenibilità per la destinazione turistica

Gli indicatori presentati nella successiva Tabella sono il risultato della selezione e successivo adattamento degli indicatori presenti nei principali documenti di riferimento in materia di Agenda 21 e misura della sostenibilità a livello europeo (Indicatori Comuni Europei) e locale, integrati da alcune fonti specifiche quali la Guida Blu Legambiente. L'ulteriore ambito al quale si può fare riferimento nella scelta degli indicatori è quello della pianificazione del territorio,

prendendo in considerazione strumenti quali il Piano Territoriale di Cordinamento, il Piano della Mobilità, la Valutazione Ambientale Strategica. Come anticipato nel paragrafo 3.1, non esiste una definizione univoca di destinazione turistica e con lo stesso termine si possono intendere ambiti territoriali diversi. Gli indicatori individuati fanno riferimento a un ambito territoriale il cui confine non è sempre nitidamente definito e che non si identifica necessariamente con i confini amministrativi della realtà in oggetto. Gli indicatori sono stati suddivisi in cinque categorie:

- dimensione del fenomeno turistico
- politiche per la sostenibilità sul territorio
- trasporti
- pressioni ambientali del turismo (energia e gas serra, acqua, rifiuti)
- qualità dell'ambiente (marino, montano, urbano, ambiente protetto).

Il set di indicatori TCI per le destinazioni turistiche è stato sperimentato mediante applicazione al **Comune di Rimini** e all'**Isola di Ischia**. La discussione dei casi e i risultati derivanti dall'applicazione della metodologia sono riportati nell'Allegato 2.

**Tabella 3.6.1 – Proposta di indicatori di sostenibilità per le destinazioni turistiche**

INDICATORE	UNITÀ DI MISURA	DPSIR
<b>DIMENSIONE DEL FENOMENO TURISTICO</b>		
Numero di esercizi turistici per tipologia di struttura ricettiva	numero	D
Posti letto per tipologia di struttura ricettiva	numero	D
Numero di posti letto per abitante	numero	D
Presenze turistiche per tipologia di struttura ricettiva	persone giorno / tempo	D
Presenze turistiche rispetto alla popolazione residente	persone giorno / tempo	D
Grado di utilizzo medio delle strutture ricettive	%	D
Permanenza media turistica	giorni	D
Percentuale di immobili di proprietà di persone fisiche non residenti e presenze conseguenti	%	P
<b>POLITICHE PER LA SOSTENIBILITÀ SUL TERRITORIO</b>		
Percentuale di imprese che adottano strumenti di gestione ambientale (ISO14001/EMAS)	%	R
Percentuale di imprese che adottano strumenti di gestione della sicurezza sul lavoro (OHSAS 18001) <sup>18</sup>	%	R
Percentuale di imprese che adottano strumenti di gestione della responsabilità sociale (SA 8000)	%	R

<sup>18</sup> Escluse le imprese che adottano solo un SGS in conformità al D.Lgs. n. 334/1999.

Percentuale di imprese che adottano strumenti di certificazione ambientale specifici per il settore turistico (Ecolabel)	%	R
Esistenza di azioni e programmi per il <i>green procurement</i> presso la Pubblica Amministrazione	SI / NO	R
Esistenza di azioni e programmi di Agenda 21 locale	SI / NO	R
Esistenza di strumenti di analisi di soddisfazione del cliente su servizi specifici offerti, aspetti generali dell'offerta locale, rapporto qualità/prezzo (numeri verdi presso amministrazioni locali, altri strumenti)	SI / NO	R
<b>TRASPORTI</b>		
Arrivi per modalità di trasporto (aereo, gomma, ferro)	numero e %	D
Mobilità locale e trasporto passeggeri: distanze e modalità (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	passeggero km / anno (o mese)	D
Livello di congestione stradale nelle principali strade di accesso alla destinazione (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	veicoli / giorno	P
Superficie delle aree pedonali rispetto alla superficie urbanizzata	km <sup>2</sup>	R
Lunghezza delle piste ciclabili	km	R
Verde urbano fruibile per abitante residente	m <sup>2</sup> / ab	S
Posti auto nei parcheggi	numero	R
Posti sosta per i bus turistici	numero	R
Esistenza di iniziative di <i>mobility management</i> (es. car sharing)	SI / NO	R
<b>ENERGIA</b>		
Consumi elettrici residenziali totali (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	TEP / anno	P
Consumi elettrici residenziali pro-capite (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	TEP / ab anno	P
Numero di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili (solare, eolico, rifiuti, biomasse)	numero	R
Interruzioni energia elettrica	ore / anno	S
<b>ACQUA</b>		
Disponibilità idrica (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	L / ab giorno	P
Qualità acqua potabile (percentuale campioni superiori ai valori limite del D.Lgs. n. 31/2001)	%	S
Abitanti effettivi (residenti + fluttuanti) serviti da impianti di depurazione delle acque reflue	%	R
<b>RIFIUTI</b>		
Produzione rifiuti urbani (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	t / giorno	P
Produzione rifiuti urbani pro-capite (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	Kg / ab giorno (su base mensile)	P
Percentuale di raccolta differenziata (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	% (su base mensile)	R
Composizione della raccolta differenziata (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	%	P
Destinazione del rifiuto urbano indifferenziato (termoutilizzazione, trattamento, discarica; in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	%	P
<b>QUALITÀ DELL'AMBIENTE MARINO</b>		
Pressione turistica sulle spiagge (turisti per unità di superficie)	m <sup>2</sup> / turista	P

Qualità acque di balneazione (percentuale campioni non conformi)	%	S
Percentuale di costa soggetta a interventi per la difesa dall'erosione	%	S
Esistenza di politiche per la regolamentazione della pesca (commerciale e turistica)	SI / NO	S
<b>QUALITÀ DELL'AMBIENTE MONTANO</b>		
Pressione turistica sui sentieri e sulle piste da sci (in base allo sviluppo lineare)	turisti / km	P
Qualità acque interne (macrodescrittori e IBE)	classe qualità	S
Biodiversità: indici di Shannon e di Patton	-	S
<b>QUALITÀ DELL'AMBIENTE URBANO</b>		
Qualità dell'aria: inquinamento di fondo (media annua)	µg / m <sup>3</sup>	S
Qualità dell'aria: inquinamento di punta (superamenti soglie critiche DM n. 60/2002)	%	S
Percentuale della popolazione esposta a livelli di inquinamento acustico superiori ai limiti raccomandati	%	S
Percentuale di ristrutturazioni/riqualificazioni di edifici storici rispetto alle pratiche edilizie totali	%	R
Disponibilità di servizi di assistenza sanitaria (posti letto ospedalieri, medici, farmacie; in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)	numero / 1.000 persone	S
<b>QUALITÀ DELL'AMBIENTE PROTETTO (PARCHI E AREE MARINE PROTETTE)</b>		
Biodiversità: indici di Shannon e di Patton	-	S
Indice di funzionalità fluviale	classe qualità	S
Qualità acque interne (macrodescrittori e IBE)	classe qualità	S
Volume edilizio costruito in aree soggette a tutela (L. 394/1991, D.Lgs. 490/1999, SIC, ZSC)	m <sup>3</sup>	P

Analogamente a quanto prospettato per l'impresa turistica (v. *supra*, § 3.2.4), sembra opportuno ipotizzare uno schema semplificato di applicazione degli indicatori TCI anche per le destinazioni turistiche. È chiaro infatti che l'approccio qui proposto può trovare impreparate le amministrazioni locali, soprattutto quelle minori. Ed è altrettanto chiaro che lo spirito della proposta TCI è quella di motivare la cerchia più ampia possibile di destinazioni in un percorso che intende essere innovativo dal punto di vista culturale e fortemente orientato all'incremento dei livelli di qualità complessiva del sistema italiano di offerta turistica.

Nel nostro contesto, proprio i centri minori necessitano di una particolare attenzione per lo straordinario potenziale di attrattività turistica che sono in grado di esprimere anche verso i mercati esteri. Inoltre la sfida della qualità va giocata nelle aree territoriali attualmente meno dotate di strumenti di promozione e marketing territoriale e turistico.

In questa prospettiva, la definizione di un modello semplificato di valutazione diviene indispensabile per attivare realmente il processo di rilancio della competitività turistica qui delineato. Di nuovo, come già detto per l'impresa turistica, anche per le destinazioni la proposta TCI

---

va intesa come ampiamente flessibile e, quindi, in grado di adattarsi alle specifiche esigenze locali.

Si propone quindi il seguente schema semplificato di indicatori di sostenibilità per le destinazioni turistiche analogamente a quanto prospettato per l'impresa turistica:

**SCHEMA SEMPLIFICATO DI INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ PER LE DESTINAZIONI TURISTICHE**

1. Presenze turistiche rispetto alla popolazione residente
2. Percentuale di imprese che adottano strumenti di gestione ambientale (ISO14001/EMAS)
3. Percentuale di imprese che adottano strumenti di certificazione ambientale specifici per il settore turistico (Ecolabel)
4. Esistenza di strumenti di analisi di soddisfazione del cliente (numeri verdi, altri strumenti)
5. Mobilità locale e trasporto passeggeri: distanze e modalità (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico. In particolare: mobilità locale con veicoli non inquinanti, % km coperti su km totali rete mobilità pubblica)
6. Livello di congestione stradale nelle principali strade di accesso alla destinazione (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)
7. Superficie di aree pedonali
8. Esistenza e lunghezza delle piste ciclabili
9. Verde urbano fruibile per abitante residente
10. Posti auto nei parcheggi
11. Consumi elettrici residenziali pro-capite (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)
12. Disponibilità idrica (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)
13. Abitanti effettivi (residenti + fluttuanti) serviti da impianti di depurazione delle acque reflue
14. Produzione rifiuti urbani pro-capite (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)
15. Percentuale di raccolta differenziata (in condizioni di minimo e massimo affollamento turistico)
16. Disponibilità di servizi di assistenza sanitaria
17. Pressione turistica sulle spiagge (turisti per unità di superficie)
18. Qualità acque di balneazione
19. Pressione turistica sui sentieri e sulle piste da sci (in base allo sviluppo lineare)
20. Qualità dell'aria nelle aree urbane: inquinamento di fondo (media annua)
21. Qualità dell'aria nelle aree urbane: inquinamento di punta (superamenti soglie critiche DM n. 60/2002)
22. Percentuale della popolazione esposta a livelli di inquinamento acustico superiori ai limiti raccomandati
23. Indice di funzionalità fluviale nelle aree protette
24. Qualità acque interne nelle aree protette (macrodescrittori e IBE).

---

# Conclusioni

Giunti al termine della riflessione proposta, è utile tentare di formulare alcune conclusioni e prospettare le linee possibili del lavoro futuro.

L'idea chiave di questo studio è che **il turismo deve intraprendere in modo deciso la strada della sostenibilità per salvaguardare i fattori naturalistici e ambientali, artistici e culturali che costituiscono la base delle sue prospettive di sviluppo**. Ciò vale in particolare per l'Italia, che potrebbe fare della sostenibilità delle destinazioni una delle principali leve di competitività del proprio sistema di offerta turistica. Questa impostazione trova riscontro nello scenario del turismo contemporaneo, in cui si manifesta un orientamento crescente della domanda verso la qualità ambientale, la qualità della vita in generale e la ricerca di valori legati ad arte e cultura. In questa direzione c'è molto lavoro da fare: la nostra dotazione "stabile" di beni artistici e culturali non può certo farci dormire sonni tranquilli sulla futura prosperità del turismo nazionale. I cali dei flussi turistici registrati nel corso del 2004 costituiscono un importante e certamente non nuovo segnale di allarme. Nel nostro Paese, anche a fronte di un'ampia diffusione dei fattori di attrattività sul territorio, lo sviluppo turistico è ancora fortemente stagionale e si scontra troppo frequentemente con fenomeni gravi di compromissione del paesaggio e dell'ambiente. Occorre quindi agire con tempestività e con un approccio capace di creare sinergie e di fare sistema, per evitare che le mete turistiche italiane perdano ulteriormente competitività.

**La sostenibilità è un percorso articolato. Per avere successo, deve vedere la partecipazione attiva dei vari soggetti coinvolti dall'esperienza di fruizione turistica.** In particolare, è fondamentale riuscire a coinvolgere nelle strategie di sostenibilità sia gli enti di governo delle destinazioni sia il mondo, alquanto variegato, dell'impresa turistica. Turismo sostenibile non è infatti solo una partita da giocare tra turisti e luoghi di visita, ma anche una strategia innovativa dell'accoglienza e dell'ospitalità, un modo nuovo di "fare impresa", offrendo servizi turistici di qualità crescente a prezzi adeguati. **Una maggiore qualificazione dell'offerta turistica non può quindi che marciare su due gambe: quella delle destinazioni e quella degli operatori. Solo la sinergia tra le iniziative di questi due attori può generare risultati di sistema.**



---

Ma come diffondere e implementare le strategie di sostenibilità turistica presso le destinazioni e le imprese del Sistema-Italia?

TCI ha proposto con questo studio una metodologia che consente di capire lo stato in cui si trovano destinazioni e imprese che intendano intraprendere un programma di sviluppo turistico sostenibile. La metodologia è stata elaborata anche nella versione di schema semplificato, che consente di fare un primo passo di analisi alle organizzazioni di minore dimensione, siano esse imprese o pubbliche amministrazioni. Vi è tuttavia un ulteriore passaggio preliminare rispetto alla scelta dello schema di analisi, e tale passaggio consiste nella scelta di fondo a favore della sostenibilità. La domanda è quindi: **perché scegliere strategie di sostenibilità?**

Iniziamo dal **mondo delle imprese**. È chiaro che, leggendo il mondo dell'impresa turistica con la lente dei sistemi certificati di gestione, e, in particolare, dei sistemi di gestione ambientale, il panorama risulta alquanto immaturo. Basta un dato per dare l'idea. A fine 2003, in Italia sono 3.066 le aziende certificate ISO 14001: di queste solo 60 appartengono al settore turistico. Eppure sono facilmente dimostrabili i vantaggi che un'azienda turistica potrebbe ottenere dall'intraprendere una corretta gestione ambientale, e in particolare:

- un'ottimizzazione dei costi connessa alla riduzione dei consumi di energia, di acqua e nella minore produzione di rifiuti;
- un aumento dei livelli generali di sicurezza (attraverso l'identificazione preventiva dei rischi economici, ambientali e sociali connessi all'attività dell'azienda);
- un miglioramento dell'immagine sul mercato rispetto ai più recenti orientamenti della domanda turistica (nuova domanda "ambientale" dei turisti, soprattutto stranieri);
- maggiore motivazione del personale e conseguente miglioramento della relazione con il cliente;
- un miglioramento del rapporto con gli enti di governo della destinazione e conseguenti opportunità derivanti da possibili iniziative in *partnership*;
- una fidelizzazione dei clienti generata da una comunicazione mirata sui temi della compatibilità ambientale (in particolare verso i clienti stranieri);
- abbattimento dei costi di non conformità rispetto a nuove regolazioni ambientali e del lavoro.

La gamma dei possibili benefici è destinata ad ampliarsi con il passaggio da strategie unicamente mirate alla gestione degli impatti ambientali a strategie di sostenibilità. L'attenzione per

---

i fattori economici e sociali può infatti rendere ulteriormente efficiente la gestione complessiva dell'impresa ed aumentare il suo livello di consenso presso gli *stakeholders* (turisti, enti di governo delle destinazioni, enti di promozione dell'offerta turistica pubblici e privati).

Certo resta da affrontare il problema dei costi necessari per avviare queste strategie e degli investimenti eventualmente connessi con l'adozione di programmi specifici di sostenibilità. Questo tema deve essere considerato in modo articolato ipotizzando, in primo luogo, un processo graduale di avvicinamento ai sistemi di gestione innovativi proposti, e, in secondo luogo, l'organizzazione di possibili servizi di consulenza a rete, capaci di aggregare più operatori attorno a un unico processo di trasferimento di know-how. Fondamentale, in tale prospettiva, si rivela il ruolo di supporto delle associazioni di categoria, degli enti tecnici e delle pubbliche amministrazioni di riferimento. Di nuovo il tema centrale resta quello di creare le condizioni per la ricerca di soluzioni in *partnership*, con un effetto di economie di scala e di ampia diffusione dei valori di conoscenza trasferibili. La prospettiva di soluzioni in *partnership* tra associazioni di categoria, enti tecnici e pubbliche amministrazioni competenti consente anche di prospettare una notevole flessibilità degli schemi di valutazione e di gestione proposti, prima di raggiungere un modello "codificato" di riferimento. Esattamente con questo spirito è stata formulata, come si è visto nelle pagine che precedono, la metodologia TCI di misurazione della sostenibilità delle imprese turistiche.

E veniamo ora alle **destinazioni turistiche**. In un mercato mondiale che vede costantemente aumentare la competitività tra le destinazioni, è indispensabile caratterizzare il sistema dell'offerta per una particolare qualificazione e innovatività. Le molte tipicità e lo spiccato valore di identità culturale che ancora caratterizzano la maggior parte dei "luoghi italiani", uniti al nostro patrimonio artistico e culturale, non possono più bastare, ma è indubbio che **il mix tra la nostra specificità culturale e un elevato livello di qualità nei servizi offerti potrebbero rendere davvero attrattiva e competitiva l'offerta italiana sui mercati esteri**. Non per caso parliamo, qui, in termini generali, di qualificazione complessiva dell'offerta turistica e territoriale. In questo studio si è voluta infatti proporre **una visione della sostenibilità turistica come percorso di integrazione dell'economia turistica nelle più ampie dinamiche dello sviluppo territoriale e delle economie locali** nel loro complesso. In questo senso - e lo si è detto più volte - **il turismo sostenibile si propone di mitigare i propri impatti sulle risorse e di generare valore materiale e immateriale diffuso presso le comunità ospitanti, stimo-**

---

**lando al tempo stesso un processo di miglioramento continuo dei territori e delle realtà infrastrutturali in cui la fruizione turistica è destinata a trovare attuazione.** Quali i vantaggi, quindi, per una destinazione che decida di intraprendere programmi e azioni per la sostenibilità? Senza pretese di completezza, possono essere richiamati:

- un miglioramento complessivo dei servizi di pubblica utilità che la destinazione fornisce in primo luogo ai propri cittadini e ai turisti;
- un miglioramento di efficienza nella gestione di alcune criticità individuate, come ad esempio nella mobilità urbana o nella gestione dei rifiuti;
- un abbattimento di costi per una più efficiente gestione delle risorse;
- un miglioramento complessivo della qualità della vita dei cittadini;
- un miglioramento della propria posizione di mercato rispetto a destinazioni concorrenti con una particolare qualificazione verso i mercati esteri;
- un miglioramento nei livelli di comunicazione verso gli *stakeholders* (cittadini, turisti, associazioni ed enti rappresentativi di interessi, altre amministrazioni pubbliche) e un conseguente aumento dei livelli di consenso.

Certamente ogni realtà locale dovrà identificare gli strumenti più idonei al raggiungimento degli obiettivi qui indicati. Di nuovo, la metodologia TCI può rappresentare un semplice modello di partenza, da affinare lungo la via attraverso una adeguata sperimentazione. Anche nel caso delle destinazioni turistiche, la metodologia TCI è stata proposta secondo uno schema semplificato per incontrare le esigenze dei centri minori, e anche nel caso delle destinazioni turistiche è indispensabile pensare a un percorso graduale caratterizzato dalla più ampia flessibilità degli strumenti utilizzabili. Gli stessi bilanci sociali che sempre più spesso accompagnano le strategie gestionali delle pubbliche amministrazioni potrebbero essere un contesto adeguato per sviluppare politiche di sostenibilità turistica.

Sia per le imprese turistiche, sia per le destinazioni, sembra opportuno prevedere a breve termine l'elaborazione di **Linee guida condivise per la promozione e la realizzazione di strategie di sostenibilità turistica a livello Paese.** L'applicazione di Linee guida condivise dai vari attori che compongono lo scenario dell'economia turistica italiana potrebbe contribuire a far procedere in modo omogeneo e coerente iniziative che rischiano, in caso contrario, di muoversi in direzioni diverse e, quindi, con un minore impatto nella definizione di un sistema complessivo di offerta turistica del nostro Paese. L'esperienza di Agenda 21 locale da un lato e dei

---

sistemi di certificazione turistica dall'altro lato sono una testimonianza diretta della limitata efficacia di azioni, pur estremamente costruttive, che restano tuttavia isolate nelle realtà locali. TCI si propone di lavorare in questa direzione, proseguendo innanzi tutto nella sperimentazione della metodologia qui proposta al mondo delle imprese e delle destinazioni turistiche.

Come si è già accennato, per la realizzazione della fase di studio che ha condotto all'elaborazione di questo Libro Bianco, la metodologia TCI è stata applicata a due alberghi, Novotel di Milano Est e Sofitel di Venezia , e a due destinazioni, il Comune di Rimini e l'Isola di Ischia. La sperimentazione ha consentito un primo affinamento dei due set di indicatori, che sono stati opportunamente corretti e integrati. I risultati di questa prima sperimentazione saranno integrati nella prossima fase di studio che verrà interamente dedicata all'applicazione della metodologia TCI alle imprese e alle destinazioni turistiche.

In seguito a tale ulteriore e diffusa sperimentazione degli indicatori TCI, sarà possibile procedere verso la messa a punto delle Linee guida indicate. Con l'auspicio di poter contare, in questo percorso, su un'ampia *partnership* con le istituzioni e gli enti che intendano condividere il nostro impegno.

---

# Bibliografia

## A. Turismo

- AA.VV. (a cura di Mercury), *Decimo Rapporto sul Turismo Italiano*, Touring Editore, Milano, 2001
- AA.VV. (a cura di Mercury), *Undicesimo Rapporto sul Turismo Italiano*, Touring Editore, Milano, 2002
- Becheri E., Deodorato G., *Il turismo: evoluzione storica e tendenze attuali, collana Tecnologia 2000*, Le Monnier, Firenze, 1994
- Berardi, Boccioli, Ciurnelli e altri, *Problematiche e tendenze nel turismo: orizzonte 1990*, FrancoAngeli, Milano, 1990
- Bresso M., Zepetella E., *Il turismo come risorsa e come mercato*, FrancoAngeli, Milano, 1987
- Casarin F., *Il marketing dei prodotti turistici*, G. Giappichelli Editore, Torino, 1996
- Centro Studi Touring Club Italiano (a cura di), *Annuario del turismo 2003*, Touring Editore, Milano, 2003
- Centro Studi Touring Club Italiano (a cura di), *Annuario del turismo 2004*, Touring Editore, Milano, 2004
- Centro Studi Touring Club Italiano (a cura di), *La Rivista del Turismo*, Numeri vari, Milano
- Cittarella F., *Turismo e diffusione territoriale dello sviluppo sostenibile*, Loffredo, Napoli, 1997
- Costa P., Manente M., *Economia del turismo - Modelli di analisi e misure delle dimensioni economiche del turismo*, Touring Editore, Milano, 2000
- Costa P., Manente M., Furlan M.C. (a cura di), *Politica economica del turismo - Lezioni, modelli di gestione e casi di studio italiani e stranieri*, Touring Editore, 2001
- Grasselli P., *Economia e politica del turismo*, FrancoAngeli, Milano, 1990
- Grossi R., Meneguzzo M. (a cura di), *La valorizzazione del patrimonio culturale per lo sviluppo locale, Primo Rapporto Annuale Federculture*, Touring Editore, Milano, 2002
- Manente M., Minghetti V., *La spesa turistica nel Veneto*, in "Quaderni Ciset" n. 16, Venezia, 1998
- Mathieson A., Wall G., *Tourism: economic, physical and social impact*, Longman, Essex, 1982
- Pechlaner H., Manente M., *Manuale del turismo montano - Prospettive, cambiamenti e strategie di management*, Touring Editore, Milano, 2002
- Pechlaner H., Weiermair K. (a cura di), *Destination Management - Fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*, Touring Editore, Milano, 2000
- Rispoli M., Tamma M., *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, G. Giappichelli Editore, Torino, 1995
- World Tourism Organisation (WTO), *International Conference on Travel and Tourism Statistics - Ottawa Conference Resolutions*, 28 June, Ottawa, (paper), 1991
- World Tourism Organisation (WTO), *Frontier Statistics in European Countries*, 2004
- World Tourism Organisation (WTO), *Co-operation and Partnerships in Tourism - A Global Perspective*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism Market Trends 2003 - Europe*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism - Vol. 3*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism Generating Markets*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Budgets of National Tourism Administrations*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Evaluating NTO Marketing Activities (English version)*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Sustainable Development of Ecotourism A Compilation of Good Practices in SMEs- Le développement durable de l'écotourisme: une compilation des bonnes pratiques des PME*, 2003

- 
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism Economic Report*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *E-Business for Tourism – Practical Guidelines for Destinations and Businesses*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism in the Least Developed Countries*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Recommendations on Tourism Statistics - Recommandations sur les statistiques du tourisme*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism 2020 Vision – Africa*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *Tourism and Poverty Alleviation*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *What Tourism Managers Need to Know*, 2003
- World Tourism Organisation (WTO), *International Tourism: A Global Perspective*, 2003

## B. Turismo e sviluppo sostenibile

- Archibugi F., Nijkamp P. (a cura di), *Economy and Ecology: Toward Sustainable Development*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, 1989
- Center for Environmental Leadership in Business, *A Practical Guide to Good Practice. Managing Environmental and Social Issues in the Accommodation Sector*, 2002
- Commissione Europea, *Agenda21 – Sostenibilità nel settore turistico europeo*, Documento di riferimento, Forum del turismo europeo 2002, Bruxelles, 2002
- Commissione Europea, *Orientamenti per un turismo europeo sostenibile*, Documento di consultazione, Bruxelles, 2003
- Commission of the European Communities, Commission Communication to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *Working together for the future of European tourism*, COM 665, 2001
- Commissione delle Comunità Europee, Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni. *Orientamenti di base per la sostenibilità del turismo europeo*, COM 716, 2003
- Commissione delle Comunità Europee, *Déclaration euro-méditerranéenne sur le tourisme dans le développement durable*, Documento approvato il 23 settembre 1993 dai ministri del Turismo degli Stati membri e dai rappresentanti della Commissione delle Comunità europee, 1993
- Commissione delle Comunità Europee, *Per uno sviluppo durevole e sostenibile. Programma politico e d'azione della Comunità europea a favore dell'ambiente e di uno sviluppo sostenibile*, GUCE 93/C 138, 1992
- Commissione delle Comunità Europee, *Piano di azioni comunitarie a favore del turismo*, COM 97 def., 1991
- Commissione delle Comunità Europee, *Rapporto sulle misure concernenti il turismo 2001-2002*, 2004
- Commissione delle Comunità Europee, *Strategia di sostegno allo sviluppo di un turismo sostenibile nei PVS*, COM563, 1998
- Commissione delle Comunità Europee – Direzione Generale per le imprese, *Struttura, efficienza e competitività del turismo europeo e delle sue imprese*, 2003
- Commissione delle comunità europee, *Sviluppo sostenibile in Europa per un mondo migliore: strategia dell'Unione Europea per lo sviluppo sostenibile*, COM 264, 2001
- Consiglio d'Europa, *Convenzione europea del Paesaggio*, Firenze, 2000
- Convenzioni delle Alpi, *Protocollo attuativo sul turismo e sulle attività del tempo libero*, 1998
- Corson W., *Priorities of Sustainable Societies*, Global Tomorrow Coalition, Washington D.C., July 1992 (reprint)
- Costanza R., *Ecological Economics: the Science and management of Sustainability*, Columbia University Press, New York, 1991
- Daly H.E., *Oltre la crescita. L'economia dello sviluppo sostenibile*, Edizioni di Comunità, Torino, 2001
- Daly H.E., Cobb J.B., Cobb C.W., *For the Common Good: redirecting the economy toward community, the environment, and a sustainable future*, Beacon Press, Boston, 1994

- 
- Donolo C., *Il distretto sostenibile. Governare i beni comuni per lo sviluppo*, FrancoAngeli, Milano, 2003
- Esping – Andersen G., *I fondamenti sociali delle economie postindustriali*, Mulino, Bologna, 2000
- European economic and social committee, *Socially sustainable tourism for everyone*, 2003
- Fossati A., Panella G. (edited by), *Tourism and Sustainable Economic Development*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 2000
- Fregolent L., Indovina F., *Un futuro amico. Sostenibilità ed equità*, FrancoAngeli, 2002
- Galli P., Notarianni M., *La sfida dell'ecoturismo*, De Agostini, Novara, 2002
- International Council for Local Environmental Initiatives (ICLEI), *Tourism and Local Agenda 21*, UNEP, 2003
- Inskip E., Kallenberger M., *A integrated approach to resort development. Six case studies*, WTO, 1992
- Istituto Ambiente Italia (a cura di), *Ambiente Italia 2002, 100 indicatori sullo stato del Paese nei dieci anni di globalizzazione da Rio a Johannesburg*, Rapporto Annuale di Legambiente, Edizioni Ambiente, Milano, 2002
- Mercadou C., Pelletreau A., Vourc'h A., *La promotion de la protection de l'environnement et du développement durable en matière du tourisme. Vers un Agenda 21 européen du tourisme*, Bruxelles, Unione Europea, 2001
- Middleton V.C., Hawkins R., *Sustainable Tourism. A marketing perspective*, Butterworth Heinemann, Oxford, 1998
- Munasinghe M., *Environmental Economics and Valuation in Development Decisionmaking*, World Bank, Environment Department Working Paper n. 51, 1992
- Naisbitt J., *Global Paradox*, William Morrow and Company, New York, 1994
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *The Urban Transportation Planning Process*, Paris, 1971
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Les transports urbains et l'environnement*, Paris, 1979
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Les villes et leurs transports*, Paris, 1988
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Transport and the Environment*, Paris, 1988
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Urban Travel and Sustainable Development*, Paris, 1995
- Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) – Commissione per lo sviluppo sostenibile, *Decisione sul turismo e lo sviluppo sostenibile*, 1999
- Parlamento Europeo, *The role of EC in regard to Tourism and regional development*, Regional Policy Series, 1993
- Paeno A., *La politica del territorio alla svolta della sostenibilità*, in «Scienze regionali», fascicolo 1, Franco Angeli, 2002
- Pearce D., Barbier E.B., Markandya A., *Blueprint for a Green Economy*, Earthscan, London, 1989
- Pearce D., *Blueprint 2: Greening the World Economy*, Earthscan, London, 1991
- Pearce D., *Measuring Sustainable Development*, Earthscan, London, 1993
- Pearce D., Turner R.K., *Economia delle risorse naturali e dell'ambiente*, Mulino, Bologna, 1991
- Schmidt di Friedeberg P., *Turismo sostenibile: dalla teoria alla pratica*, in Cici C., Chitotti O., Villa A. (a cura di), «Turismo sostenibile», Edicom Edizioni Quaderni, Monfalcone, 1999, 11 ss.
- Team – Turismo e Ambiente, *Come promuovere un turismo compatibile*, Cecina, 1997
- United Nations Environmental Programme (UNEP), *Tour's Operator Initiative*, 2000
- United Nations Environmental Programme (UNEP), *Ecotourism and Sustainability*, in “Industry and Environment”, July-December 2001
- United Nations Environmental Programme (UNEP), International Council for Local Environmental Initiatives (ICLEI), *Tourism and Local Agenda 21. The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism*, Parigi, 2003
- World Commission on Environment and Development (WCED), *Our Common Future (the Brundtland Report)*, Oxford University Press, Oxford, 1987
- World Tourism Organization (WTO) - Assemblea Generale, *Codice etico globale per il turismo*, 1999
- World Tourism Organization (WTO), *Sustainable Development of Tourism, a compilation of good practices*, 2000
- World Travel & Tourism Council (WTTC), World Tourism Organisation (WTO), Consiglio della Terra, *Agenda 21 per il settore dei viaggi e del turismo*, 1996

---

## C. Indicatori di sostenibilità

- Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e i Servizi Tecnici (APAT), *Annuario dati ambientali - Sintesi*, APAT, Roma, 2003
- Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente e la tutela del lavoro, Provincia Autonoma di Bolzano, *Linee-guida per il settore turistico-alberghiero - Applicazione di sistemi di gestione ambientale secondo la norma ISO 14001 per piccole imprese*, Bolzano, 2002
- Andriola L., Chirico R., Declich P., *Tour operator, ambiente e sviluppo sostenibile*, Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente (ENEA), Roma, 2001
- Bettini V., Falqui E., Alberti M., *Il bilancio di impatto ambientale*, CLUP, Milano, 1986
- Canova L., Conti F., Diwok D., Ignazzitto T., Vitrano E., *Ecologia in albergo. Manuale per il recupero ambientale nei luoghi dell'ospitalità*, Selene Edizioni, Milano, 1993
- Centro di studi e piani economici, *Indicatori di qualità urbana discussi in sede Ocse*, Roma, 1985
- Cerosimo G., *Dalle progettualità urbane tradizionali alla pianificazione sostenibile in Sociologia urbana e rurale*, fascicolo 66, FrancoAngeli, Milano, 2001
- Commissione Europea, *Decisione della Commissione del 14 aprile 2003 che stabilisce i criteri per l'assegnazione di un marchio comunitario di qualità ecologica al servizio di ricettività turistica (2003/287/CE)*, GUCE L102/82 del 24 marzo 2003
- Davico L., Guiati F., *Agenda 21 Locale*, in «Sociologia urbana e rurale», fascicolo 68, FrancoAngeli, Milano, 2002
- Delvecchio F., *Metodi di misura e indicatori sociali*, Cacucci, Bari, 1996
- Etsy D., *The Environmental Sustainability Index*, Global Leaders for Tomorrow Environmental Task Force, World Economic Forum, New York, 2001, in [www.ciesin.columbia.edu](http://www.ciesin.columbia.edu)
- European Environmental Agency (EEA), *Indicators*, in [http://themes.eea.eu.int/indicators/all\\_indicators\\_box](http://themes.eea.eu.int/indicators/all_indicators_box)
- Ferrero D., Landini P., *Gestione sostenibile nel settore alberghiero - Soluzioni e proposte per l'applicazione dei sistemi di gestione ambientale alle strutture alberghiere della sponda lombarda del Lago Maggiore*, Provincia di Varese, 2003
- Fox K.A., *Social System Accounts: Linking Social and Economic Indicators through Tangible Behavior Setting*, Reidel, Dordrecht, 1985
- Global Cities Online, *Indicators of Sustainability*, 1998, in: [www.globalcities.org/introprog/demo/PGI/indicat.html](http://www.globalcities.org/introprog/demo/PGI/indicat.html)
- Global Cities Online, *Indicators of Sustainability*, 2000, Costs and Benefits, Social Equity, and Poverty, found at: [www.globalcities.org/introprog/demo/PGI/indicat.html#Costs and Benefits](http://www.globalcities.org/introprog/demo/PGI/indicat.html#Costs and Benefits)
- Global Reporting Initiative (GRI), *Sustainability Reporting Guidelines*, 2002
- Global Reporting Initiative (GRI), *Tour Operators' Sector Supplement - For use with the GRI 2002 Sustainability Reporting Guidelines*, GRI, 2002
- Global Reporting Initiative (GRI), *High 5! Communicating your Business Success through Sustainability Reporting*, 2004
- Guala C., Marra E., *Indicatori sociali e territorio*, Sagep, Genova, 1994
- International Council for Local Environmental Initiatives (ICLEI), *List of cases*, in <http://www3.iclei.org/egpis/citylist.htm>
- International Council for Local Environmental Initiatives (ICLEI), *Local Agenda 21 Model Communities Programme*, Toronto, 2000, in [www.iclei.org/la21/la21updt.htm](http://www.iclei.org/la21/la21updt.htm)
- International Council for Local Environmental Initiatives (ICLEI), *Tourism and Local Agenda 21 - The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism*, UNEP, 2003
- Kuik O., Verbruggen H., *In Search of Indicators of Sustainable Development*, Kluwer, Dordrecht, 1991
- Lafratta P., *Strumenti innovativi per lo sviluppo sostenibile. Vision 2000, Iso 14000, Emas, Sa 8000, Ohsas, Lca: l'integrazione vincente*, FrancoAngeli, Milano, 2004 (in preparazione)
- Legambiente, *Guida Blu*, Touring Editore, Milano 2004
- Marra E., Romita T. (a cura di), *L'officina dei dati. Strumenti per la ricerca sociale nella società della informazione*, Arnaud-Gamma, Perugia, 1996



- 
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Indicateurs d'environnement urbain*, Paris, 1978
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *List of Social Concerns Common to most Oecd Countries*, Paris, 1973
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Mesure du bien-etre social: un rapport sur les progrès d'élaboration des indicateurs sociaux*, Paris, 1976
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Social Indicators Development: Approaches, Principles and Concepts*, Paris, 1973
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *The List of Social Indicators*, Paris, 1982
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Towards Sustainable Development: Environmental Indicators 2001*, Paris, 2001
- Silva J.A., Vieira da Silva J., *Intensità e capacità di carico turistico. Riflessioni teoriche e metodologie operative in Sociologia urbana e rurale*, fascicolo 52-53, FrancoAngeli, Milano, 1997
- SustainAbility/PNUE, *Etat du reporting sur le developpement durable*, 2003
- United Nations Environmental Programme (UNEP), *Agenda 21*, 2000, in [www.unep.org/Documents/Default.asp?DocumentID=52](http://www.unep.org/Documents/Default.asp?DocumentID=52)
- United Nations Environment Programme (UNEP), *Switched On – Renewable Energy Opportunities in the Tourism Industry*, UNEP, 2003
- Wood M.E., *Ecotourism: Principle, Practices & Policies for Sustainability*, United Nations Environment Programme (UNEP), The International Ecotourism Society, 2002
- World Health Organisation - Regional Office for Europe, *Environmental Health Indicators for the WHO European Region. Update of Methodology May 2002*, Copenhagen, 2002
- World Tourism Organisation (WTO), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destination*, october 2004
- World Travel & Tourism Council (WTTC), International Federation of Tour Operators (IFTO), International Hotel & Restaurant Association (IH&RA), *International Council of Cruise Lines (ICCL), Industry as a partner for sustainable development – Tourism*, 2002

## D. Siti di riferimento

[www.eco-label-tourism.com](http://www.eco-label-tourism.com)

[www.sustainability.com/trust-us/methodology](http://www.sustainability.com/trust-us/methodology)

[www.toinitiative.com](http://www.toinitiative.com)

[www.uic.it](http://www.uic.it)

[www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

