

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE COME ELEMENTO DI COMPETITIVITÀ PER IL TURISMO ITALIANO

di Angelo Quarto

Sapienza Università di Roma

angelo.quarto@uniroma1.it

1. INTRODUZIONE

Il turismo mondiale è un fenomeno in continua espansione, anche se negli ultimi anni eventi catastrofici hanno rallentato temporaneamente questo andamento. Gli avvenimenti dell'11 settembre 2001 a New York, l'intervento militare in Iraq associato alla sindrome della polmonite atipica nell'area asiatica nel 2003, lo Tsunami nell'Oceano Indiano nel 2004 e la recente crisi economica del 2009, hanno determinato temporanee cadute del numero di viaggiatori. Già a partire dal 2010, sono state assorbite le perdite subite nel 2009, raggiungendo nel 2011 i 980 milioni di arrivi con un incremento totale del 4% rispetto al 2010.

L'area geografica maggiormente visitata è l'Europa che da sola rappresenta la destinazione del 51% del turismo mondiale, seguita da Asia e Pacifico con il 22%, Americhe con il 16%, Medio Oriente con il 6% e l'Africa con il 5%.

L'Italia continua a perdere quote nel mercato turistico mondiale, passando, nella classifica dei paesi più visitati, dal quarto posto del 2000 al quinto posto nel 2010, preceduta da Spagna (quarto posto), Cina (terzo), Stati Uniti (secondo) e Francia (primo).

La perdita di quote di mercato dell'Italia può essere attribuita alla scarsa competitività rispetto ad altri paesi europei, che se protratta può creare gravi danni all'economia del settore turistico nazionale.

Il turismo negli anni cambia e si rinnova, cambiano gli atteggiamenti e le motivazioni che spingono i turisti a viaggiare, se l'Italia non riesce ad adeguarsi ai cambiamenti, a rinnovare la propria offerta turistica, continuerà a perdere competitività.

La maggiore attenzione ai localismi, alle componenti ambientali e alle tradizioni, così come l'affidabilità in termini di sicurezza, spingono i turisti verso quelle mete che riescono a soddisfare le proprie esigenze, ossia verso mete in cui ci sia un reale attenzione al turismo sostenibile.

2. IL TURISMO SOSTENIBILE IN EUROPA

I principi del turismo sostenibile ripropongono gli stessi principi del più generale sviluppo sostenibile, ovvero lo sviluppo che garantisce i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri, in altre parole, attingere alle risorse del presente in maniera compatibile con le esigenze di tutela e salvaguardia delle risorse e del patrimonio dell'umanità.

Il Consiglio d'Europa definisce il turismo sostenibile come: «Ogni forma di attività turistica che rispetta e preserva a lungo termine le risorse naturali, culturali e sociali e che contribuisce in modo positivo ed equo allo sviluppo economico e al benessere degli individui che vivono e lavorano in questi spazi».

Gli elementi cardine del turismo sostenibile sono: la protezione delle risorse ambientali, le comunità locali devono beneficiare del turismo sia in termini di reddito sia in termini di qualità della vita, i visitatori devono vivere un'esperienza di qualità.

L'attenzione della Commissione Europea verso il turismo sostenibile si concretizza con diverse iniziative che vanno dalla comunicazione del 2003 «Orientamenti di base per la sostenibilità del turismo europeo», al rapporto di un gruppo di esperti «Sostenibilità del turismo» e a proposte inserite nell'Agenda 21.

Sulla base di queste iniziative, è stata redatta la comunicazione del 19 ottobre 2007 intitolata «Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo», nella quale si mette in relazione il turismo con la soste-

nibilità ambientale e la competitività, enunciando come obiettivi: «[...] la prosperità economica, l'equità e la coesione sociale, la tutela dell'ambiente e della cultura».

Per raggiungere tali obiettivi, nell'agenda, sono riportati i punti critici o «sfide» che attendono il settore turistico: «[...] garantire la sicurezza dei turisti e delle comunità locali, proteggere le risorse naturali e culturali delle destinazioni turistiche, diminuire l'utilizzo delle risorse e l'inquinamento dei luoghi turistici, gestire il cambiamento nell'interesse del benessere della comunità, ridurre il carattere stagionale della domanda, tener conto dell'impatto ambientale dei trasporti legati al turismo, rendere il turismo accessibile a tutti senza discriminazione, migliorare la qualità degli impieghi nel settore del turismo».

La Commissione Europea nel 2010, a seguito della comunicazione «L'Europa, prima destinazione turistica mondiale – Un nuovo quadro politico per il turismo europeo», ha elaborato un piano di attuazione progressivo che prevede diverse iniziative da realizzare nel settore turistico, seguendo i principi del turismo sostenibile e coinvolgendo tutti i livelli amministrativi (nazionale, regionale e locale). Il piano di attuazione viene aggiornato continuamente, l'ultimo aggiornamento è del 26 settembre 2011.

3. LA QUALITÀ E IL TURISMO

Un elemento fondante del turismo sostenibile è il concetto di qualità, che è anche la base sulla quale si fondano gli strumenti adottati per raggiungere gli obiettivi da esso prefissati.

Diverse sono le definizioni di qualità e di come essa viene declinata nel settore turistico, tra le più recenti e che meglio si adattano al quadro teorico è quella dell'Organizzazione Mondiale per il Turismo (World Tourism Organization). Secondo la quale la qualità nel settore turistico è «[...] il risultato di un processo che implica il soddisfacimento di tutte le legittime necessità di un prodotto o servizio, delle esigenze ed aspettative del consumatore, ad un prezzo ragionevole, in conformità con gli elementi che determinano la qualità come sicurezza, igiene,

accessibilità, trasparenza, autenticità ed armonia delle attività turistiche nei confronti dell'ambiente antropico e naturale in cui insistono».

Applicando i principi della qualità, o meglio, attraverso vari strumenti che vanno dai Sistemi di Gestione Ambientale (SGA), fino alle Etichette ecologiche, si possono implementare i principi del turismo sostenibile.

L'ampia varietà di strumenti, permette l'adozione sia a livello di singola impresa che a livello territoriale, in alcuni casi, come ad esempio la norma ISO 14001/96 può essere adottata dalla singola impresa, ma si può certificare anche un intero territorio.

Molti enti locali, infatti, sono certificati o stanno per certificarsi EMAS o ISO 14001, si punta in questo modo ad un miglioramento dei servizi turistici, nella direzione di un turismo di qualità e sostenibile, che va incontro alle nuove esigenze dei turisti, senza per questo danneggiare le popolazioni e le culture locali.

Gli strumenti utilizzabili per il settore del turismo sono:

- Agenda 21 locale, che è indirizzata al territorio (Comuni, Province, Comunità Montane, Parchi e Aree protette, Associazioni di Comuni, ecc.).
- Bandiera blu europea, che viene attribuita a spiagge e porti turistici.
- Sistemi di Gestione Ambientale (regol. EU n. 761/01 EMAS, norma ISO 14001/96), indirizzata ad amministrazioni locali di località a valenza turistica, distretti turistici, parchi naturali e tematici, strutture ricettive, tour operator, stabilimenti balneari, ecc.
- Etichette ecologiche di prodotto/servizio (Ecolabel, norme ISO 14025 e ISO 14040, altre etichette), per strutture ricettive e altri servizi.

4. LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

COME ELEMENTO DI COMPETITIVITÀ DEL TURISMO ITALIANO

Tralasciando i già noti fattori di mancanza di competitività del sistema turistico italiano: frammentazione dell'offerta, infrastrutture, livello dei prezzi elevato (se confrontato ad altri competitors), cattiva gestione e manutenzione dei beni culturali, possiamo notare che ad essi si affian-

ca una politica ambientale inadeguata, con ha gravi ripercussioni sul turismo.

In Italia sono ancora in molti a pensare che quando gli affari non vanno bene, non è il caso di pensare all'ambiente ed alle generazioni future: bisogna fare qualsiasi cosa per aumentare gli arrivi, anche a scapito dell'ambiente.

Studi e riflessioni condotti negli ultimi anni, dimostrano esattamente il contrario. Basta analizzare, ad esempio, i dati del rapporto *Travel & Tourism Competitiveness* del 2011, prodotto dal World Economic Forum, nel quale risulta che Svizzera, Germania, Francia e Austria, sono i paesi più competitivi del turismo globale anche grazie alle politiche nazionali adottate in materia di sviluppo sostenibile e tutela delle risorse ambientali.

L'Indice di Competitività del Turismo (*Travel & Tourism Competitiveness Index - TTCI*), adottato dal World Economic Forum, valuta il criterio «ambientale» solo sotto l'aspetto legale-normativo, ma considera anche le dimensioni economiche, in modo da sottolineare l'impatto delle politiche ambientali sul turismo dei paesi.

Le componenti dell'indice di competitività, sono: il quadro normativo, le infrastrutture legate al turismo, le risorse umane, culturali e naturali legate al turismo.

Nella classifica del rapporto del World Economic Forum, l'Italia è al 27° posto, che denota una evidente mancanza di attenzione verso le politiche ambientali ed il turismo sostenibile.

Questa indicazione emerge con maggiore incisività dal rapporto sulle destinazioni più responsabili del mondo, redatto dall'Organizzazione Non Governativa «Ethical Travel», dove dell'Italia non solo non c'è traccia, ma è citata come una destinazione agli antipodi di quelle più virtuose.

Le variabili su cui si basa il lavoro di «Ethical Travel» sono la tutela ambientale, il coinvolgimento delle comunità locali, il valore culturale dell'offerta turistica, ossia, gli elementi fondanti il turismo sostenibile. Sono proprio questi i valori che vanno a costituire il vero vantaggio competitivo per il turismo del futuro.

La sostenibilità ambientale va vista come un elemento di lungimiranza commerciale e di competitività, non solo di sensibilità socio-ambientale.

5. CONCLUSIONI

La sostenibilità ambientale può essere un elemento di competitività delle destinazioni turistiche. I turisti stanno assumendo sempre più consapevolezza del loro impatto sulle risorse naturali delle destinazioni turistiche e sulle comunità locali.

L'interesse per quelle destinazioni che certificano il rispetto di norme ambientali, di risparmio energetico e di rispetto per le popolazioni locali, sta crescendo sempre più, facendo nascere o consolidando l'interesse per le destinazioni più attente ai temi del turismo sostenibile.

La sostenibilità ambientale, quindi, diventa sempre più un fattore di competitività per il settore turistico e per le economie dei paesi. Se in Italia, non viene modificato l'atteggiamento con in quale si affrontano i temi della sostenibilità ambientale e soprattutto non saranno implementate le politiche ambientali adeguate, si corre il rischio di un ulteriore peggioramento della competitività turistica.

Puntando su un turismo sostenibile si possono ottenere risultati economici importanti, ma ciò non può avvenire senza un'integrazione delle componenti del sistema turistico. Fondamentale per arrivare ad un vero sviluppo sostenibile e ad un turismo sostenibile, è il rapporto tra la componente pubblica e quella privata che deve essere finalizzata per il raggiungimento dello stesso obiettivo.

6. RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Blanke, J. - Chiesa, T. (2011). *Travel & Tourism Competitiveness*, World Economic Forum.
- Commissione Europea (2007). *Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo*, COM 621, Bruxelles.
- Ethical Travel (2011). *The world's best ethical destinations*.
- OECD (2011). *Studies on tourism: Italy. Review of issues and policies*.
- World Tourism Organization (2004). *Indicators of sustainability for tourism destinations*.

RIASSUNTO

Ha senso parlare di sostenibilità ambientale in piena crisi economica? In Italia sono ancora in molti a pensare che quando gli affari non vanno bene, non è il caso di pensare all'ambiente ed alle generazioni future: bisogna fare qualsiasi cosa per aumentare gli arrivi, anche a scapito dell'ambiente. Studi e riflessioni condotti negli ultimi anni, dimostrano esattamente il contrario. Basta analizzare, ad esempio, i dati del rapporto «Travel & Tourism Competitiveness» del 2011, prodotto dal World Economic Forum, nel quale risulta che Svizzera, Germania, Francia e Austria, sono i paesi più competitivi del turismo globale anche grazie alle politiche nazionali adottate in materia di sviluppo sostenibile e tutela delle risorse ambientali. Ai già noti fattori di mancanza di competitività del sistema turistico italiano: frammentazione dell'offerta, infrastrutture, livello dei prezzi elevato (se confrontato ad altri competitors), si affianca anche una politica ambientale inadeguata, con gravi ripercussioni sul turismo. Per arrivare ad un reale turismo sostenibile e attraverso questo rilanciare la competitività del sistema turistico italiano, possono essere adottate diverse strategie, una delle quali punta sui sistemi di certificazione di qualità (ISO, EMAS, ecc.), che estesi a livello territoriale (oltre che per i singoli soggetti), possono dare un valido contributo al lancio o rilancio della competitività turistica, nel rispetto dell'ambiente ed in un'ottica di turismo sostenibile. La sostenibilità ambientale, può essere un elemento di competitività per il turismo italiano e non un freno all'economia e alla creazione di reddito.

Parole chiave: competitività turistica, qualità, sostenibilità ambientale, turismo sostenibile.