

*LA PRODUZIONE E L'ORGANIZZAZIONE DEI VIAGGI E DEL TURISMO*  
Collana di Economia e Management curata da MAURIZIO RISPOLI

Marco Confalonieri

# IL TURISMO SOSTENIBILE



G. Giappichelli Editore – Torino

## Il turismo sostenibile: definizione, differenze ed analogie con altre tipologie di turismo

Negli ultimi decenni è stata proposta, in alternativa allo sviluppo tipico del mondo occidentale evoluto, caratterizzato da un turismo su larga scala o di massa, una differente filosofia di crescita basata sulla sostenibilità.

Il concetto di **sostenibilità** deriva dalla letteratura naturalistica e scientifica ed è correlabile alla possibilità di gestire una risorsa se, nota la sua capacità di riproduzione, non si eccede nel suo sfruttamento oltre ad una determinata soglia di attenzione, il cui superamento porterebbe all'esaurimento delle risorse con un conseguente degrado per l'ambiente.

Il modello di **sviluppo di massa** ha creato e **crea problemi** di vario tipo (inquinamento, rapporti con i residenti, proliferare di attività illecite) e ad esso **si contrappone** sempre più il cosiddetto "**green paradigm**".

Sono state coniate differenti terminologie quali *ecoturismo*, *turismo sostenibile* e *turismo responsabile* con tratti caratteristici ben distinti, ma anche con indubbe aree di sovrapposizione.

Una sostanziale differenza fra *ecoturismo* e *turismo sostenibile* è data dal fatto che il primo concentra il proprio interesse su un segmento specifico all'interno del settore turistico quale quello dell'ambiente naturale, mentre i principi della sostenibilità dovrebbero essere applicati ad ogni tipo di attività turistica.

Pertanto per **turismo sostenibile** è da intendersi “un turismo capace di durare nel tempo mantenendo i suoi valori quali-quantitativi” e quindi di far coincidere “nel breve e nel lungo periodo, le aspettative dei residenti con quelle dei turisti senza diminuire il livello qualitativo dell’esperienza turistica e senza danneggiare i valori ambientali e sociali del territorio interessato dal fenomeno”<sup>10</sup>.

Perciò il turismo sostenibile dovrebbe:

1. applicare un uso ottimale delle risorse ambientali;
2. rispettare gli stili di vita, l'eredità culturale e le tradizioni delle comunità ospitanti;
3. assicurare attività economiche che possano sussistere nel lungo periodo e che garantiscano un'equa distribuzione dei benefici socio-economici a tutti gli stakeholders, con particolare riguardo alla creazione di nuovi posti di lavoro e di nuove opportunità di guadagno, all'innalzamento della qualità della vita ed alla riduzione della povertà nei Paesi ospitanti.

Lo sviluppo sostenibile del turismo richiede la collaborazione di tutti i più importanti portatori di interesse, comprese le leadership di Governo, al fine di assicurare un'ampia partecipazione alla creazione di consenso. Tale procedimento richiede inoltre un assiduo monitoraggio degli impianti e l'introduzione, ove necessario, di misure preventive e/o correttive. Il turismo sostenibile deve assicurare ai turisti un'esperienza di qualità e di sostenibilità" <sup>10</sup>

È su queste considerazioni che nasce e si sviluppa il concetto di turismo sostenibile, sviluppo reso più forte e cosciente anche per il fatto che il turismo rappresenta sempre più, specialmente per certi paesi, un contributo importante in termini sociali ed economici creando la necessità di proporre nuove forme di sviluppo che non danneggino l'ambiente umano e naturale e lo preservino per il futuro.

Pertanto, riprendendo il ciclo di vita di una località proposto da Butler, possiamo ritenere che applicando i principi della sostenibilità si dovrebbe finire con il modificare il ciclo di vita stesso allungandolo e spostandolo temporalmente.

### 3.3. Aspetti economici e socio culturali

È stato osservato<sup>8</sup> come il turismo sostenibile poggia su tre pilastri: una dimensione economica, una ecologica-ambientale e una socio-culturale; in effetti caratteristica del turismo sostenibile è la sua "interdisciplinarietà" in quanto fenomeno che coinvolge l'economia, le scienze naturali e sociali.

① Certamente nel concetto di turismo sostenibile rientra *l'aspetto economico*, in quanto, con il turismo, si finisce, in una certa misura, a ridistribui-

#### 4.1. I soggetti coinvolti

Affinché si persegua un turismo sostenibile occorre un **interesse** ed un **coinvolgimento**, “**trasversale**”, di svariati attori ed in particolare:

- dei turisti;
- degli imprenditori e delle aziende del settore;
- degli enti pubblici preposti allo sviluppo turistico territoriale;
- degli enti cosiddetti “non governativi”;
- delle comunità locali.

## 5.2. I codici di condotta e le guide di “buona pratica”

Per indirizzare i soggetti operanti in ambito turistico verso la sostenibilità e per dare loro visibilità nei confronti della clientela “responsabile” esistono svariati mezzi con grado di attendibilità ed efficacia differenti.

Accanto a strumenti tradizionali di tipo coercitivo o obbligatorio (leggi, regolamenti, ecc.) se ne possono proporre altri, come si accennava in precedenza, di tipo volontario; gli uni e gli altri rappresentano però interventi per così dire diretti in contrapposizione a strumenti indiretti di tipo informativo (campagne di sensibilizzazione, educazione sulle specifiche tematiche, ecc.) che possono però avere una loro valenza positiva.

In questa sede ci si soffermerà sugli strumenti volontari di tipo diretto riconducibili a:

- codici di condotta;
- guide di buona pratica;
- ecoetichette;
- sistemi di gestione ambientale (SGA);
- indicatori;
- benchmarking.

### 5.3. Le ecoetichette

Le ecoetichette rappresentano uno strumento di orientamento per i clienti e per il consumatore in quanto segnalano quei prodotti e servizi con un basso impatto negativo sull'ambiente.

Le ecoetichette consentono di fornire precise informazioni sui prodotti con caratteristiche di sostenibilità, contribuendo, per giunta, a formare e consolidare l'attenzione a siffatti fenomeni da parte del consumatore.

Un altro aspetto positivo delle ecoetichette è dato dal fatto che le procedure e gli adempimenti da seguire per il loro ottenimento sono abbastanza semplici e poco costosi e tali, quindi, da poter essere conseguiti anche da aziende di piccola dimensione.

Nello specifico ambito turistico è da segnalare la certificazione di prodotto denominata "Marchio europeo di qualità ecologica" (ECOLABEL).

L'ECOLABEL è stato istituito nel 1992 (Regolamento CEE n. 880/1992) e successivamente aggiornato (Regolamento CE n. 1980/2000), è il marchio europeo di qualità ecologica, una certificazione inizialmente introdotta nella Comunità Europea per i soli prodotti destinati al consumo e in seguito applicata anche nel settore turistico con la decisione 14 aprile 2003, 2003/287/CE per i servizi di ricettività turistica e nel 2005 (decisione 2005/338/CE) per i campeggi.

Come tutti i marchi di qualità promuove prodotti e servizi a basso impatto ambientale durante il loro intero ciclo di vita.

Anche il marchio Ecolabel è basato su un sistema di adesione volontario ed è selettivo in quanto possono fregiarsi dell'etichetta solo prodotti ossequiosi della tutela ambientale.