



Verso un turismo responsabile

È uno dei trend protagonisti del presente e del futuro del settore, finalizzato ad armonizzare il rispetto per l'ambiente e le realtà locali con lo sviluppo economico delle destinazioni. Il successo, in questo caso più che in altri, passa dalla cultura e dall'informazione

◆◆ Testo e foto di Barbara Ainis

Sono sempre di più i turisti disposti a spendere fino a un 10-20% in più per non danneggiare l'ambiente

Forse fino ad ora non è emerso in tutta la sua forza rivoluzionaria perché si è guardato al turismo responsabile come a una qualsiasi altra forma di turismo, identificabile e identificata dai viaggiatori, scelta in quanto tale, quasi fosse un partito al quale aderire. C'è chi ama il turismo culturale e chi quello balneare, chi preferisce la montagna e chi il mare. E c'è chi sceglie il turismo responsabile? Le cose non stanno proprio in questi termini, almeno per la maggior parte delle persone. Se è vero che esistono alcuni (pochi) appassionati

sostenitori del turismo responsabile, che scelgono le proprie vacanze espressamente in base a criteri di sostenibilità ambientale, etica e sociale, questa forma di turismo è più spesso una sorta di concetto diffuso che coinvolge trasversalmente le intenzioni di viaggio di molti, moltissimi. Realtà, autenticità, esperienze, scoperte, vicinanza alle abitudini delle comunità locali. Magari il turista non ne è pienamente cosciente, ma se cerca qualcosa del genere nei suoi viaggi, allora quello che vuole è una forma di turismo responsabile. «Bisogna tenere in considerazione il fatto che non si tratta di un settore separato», ha affermato **Luigi Cabrini**, direttore per lo sviluppo sostenibile del turismo dell'Unwto, in occasione

della fiera spagnola Fitur, che ampio spazio ha dedicato al turismo green, dal 22 al 26 gennaio scorsi. «Si tratta di rendere più sostenibile tutti i tipi di turismo, ridurre l'impatto negativo e aumentare quello positivo. Quando un hotel offre cucina locale, favorisce la produzione del territorio, reinveste nell'economia locale e aumenta la qualità dei prodotti è un circolo che si chiude». Il prezzo e il comfort restano elementi primari nella scelta, ma è vero anche che, sempre più spesso, i turisti di oggi pretendono qualcosa di più.

I numeri del turismo responsabile italiano

Che si tratti di viaggi leisure o d'affari, il viaggiatore di oggi vuole comunque vivere un'esperienza. L'anonimato di una cucina senza identità, l'assenza di stimoli fatta eccezione per la comodità delle sdraio a bordo piscina, le escursioni fatte in serie, tutto questo non funziona più. È quanto emerge dal IV Rapporto Italiani, turismo sostenibile e ecoturismo, commissionato dalla Fondazione UniVerde e realizzato lo scorso febbraio 2014 da IPR Marketing. Dall'analisi del rapporto emerge che il turismo, per gli italiani, è soprattutto conoscenza e cultura (per il 46% degli intervistati) e, come seconda opzione, è ritenuto momento di svago e divertimento. Le bellezze naturali sono appaiate alla cultura come principali attrattori turistici: i beni culturali (65%) e la natura (60%), seguiti da enogastronomia, divertimenti e sport. Il timore che il turismo rechi danno all'ambiente è molto alto ed in crescita (dal 45% del 2011 al 49% oggi) e la prima preoccupazione resta la cementificazione, seppure in riduzione, dal 63% al 49%, mentre crescono i timori dovuti all'inquinamento (dal 10%

al 15%) e all'iper-sfruttamento (20%). Cresce la conoscenza

del turismo sostenibile (dal 63% al 75%), ritenuto eticamente corretto (35%), vicino alla natura (31%), mentre sono ormai pochi a considerarlo utopico (9%) e costoso (4%). Il 4% lo ritiene un freno allo sviluppo, mentre il 48% è convinto sia un'opportunità di crescita e il 41% lo considera una necessità. Resta alta, ma diminuisce, la percentuale degli italiani che vede in crescita la sensibilità verso turismo sostenibile ed ecoturismo (dal 65% scende a 55%), una nota pessimistica forse collegata alla crisi. «Natura e cultura sono i motori dell'ecoturismo in Italia e un volano per la ripresa economica del Bel Paese e per la creazione di nuova occupazione», sostiene **Alfonso Pecoraro Scanio**, Presidente della Fondazione UniVerde e docente di turismo sostenibile presso le Università degli Studi di Milano Bicocca e di Roma Tor Vergata. «Lo stop al consumo di suolo è, per gli italiani, la prima emergenza per un turismo davvero sostenibile».

Identikit del turista responsabile

Ma quali sono le caratteristiche di questo viaggiatore sui generis?

«Salvo eccezioni, non esiste un turista totalmente responsabile», chiarisce **Jesus Blazquez**, direttore dell'agenzia Pangea e cofondatore del Centro Spagnolo di Turismo Responsabile (CETR), sempre in occasione del Fitur. «Tutti siamo poliedrici, ci può piacere visitare una località balneare poco sostenibi-



Conoscere da vicino le abitudini e le tradizioni delle destinazioni turistiche vuol dire rispettarne l'identità

le, senza che questo ci impedisca di voler rispettare i costumi locali. I viaggiatori responsabili hanno in comune una certa attenzione rivolta al rispetto delle zone che visitano, dal punto di vista sociale e ambientale. Tutte le altre caratteristiche economiche e sociologiche possono variare". Secondo il Rapporto di UniVerde si tratta di persone che vivono la tutela dell'am-

«Il turismo responsabile è il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture. Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori».

Definizione adottata da AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile) al meeting di Cervia nell'anno 2005

biente come un'esigenza da sempre (42%) o comunque dagli ultimi anni (43%). Sono viaggiatori disposti, nel 45% dei casi (dato in crescita rispetto al 39% dello scorso anno), a pagare fino a un 10-20% in più per non danneggiare l'ambiente, e sempre meno interessati al solo costo economico del viaggio (dato che scende dal 42% al 33%). L'alloggio preferito è decisamente l'albergo (45%, in crescita rispetto agli scorsi anni), ma notevole è il favore dimostrato nei confronti dei B&B (37%, contro il 23% del 2013). Il 34% di loro, prima di scegliere una struttura turistica, si informa sul livello di attenzione che ha per l'ambiente, principalmente attraverso Internet (88% dei casi), ma anche con il passaparola e chiedendo direttamente alla struttura (24% entrambi), o attraverso tv, giornali e riviste specializzate (13%). Scelgono alberghi costruiti con criteri ecologici e con prodotti e servizi eco, sempre e comunque, nel 21% dei casi, solo a parità di prezzo, nel 65% dei casi. Sono i pannelli solari (51%) seguiti dai menù bio e a km zero (29%) e dal risparmio idrico (27%) le scelte che comunicano più attenzione all'ambiente. La stragrande maggioranza (76%) dei cosiddetti turisti responsabili predilige mete raggiungibili con il treno e sceglie sempre i ristoranti che offrano prodotti da agricoltura biologica o a km zero (ri-



Gli hotel che propongono cucina locale favoriscono la produzione del territorio, reinvestono nell'economia locale e aumentano la qualità dei prodotti



spettivamente nel 28% e nel 44% dei casi). Apprezzano in particolare luoghi dove sia possibile provare prodotti enogastronomici tipici e fare escursioni per conoscere aree archeologiche, borghi storici e le tradizioni del luogo.

I turisti sensibili ai temi della responsabilità ambientale e sociale sono in prevalenza persone ben informate e attente. Questo vale anche per quanto riguarda l'EXPO 2015. Sono al corrente che il tema della prossima esposizione universale è "Nutrire il pianeta" e si augurano di veder valorizzata dall'EXPO l'agricoltura a denominazione di origine e dei prodotti tipici (36%) e la piccola agricoltura contadina e l'agricoltura senza chimica (49%). Speranza che sembra raccolta dal Protocollo di Milano, un accordo globale sull'alimentazione e la nutrizione da sottoscrivere a Expo2015, presentato durante i lavori del V Forum on food and nutrition dal Barilla center for food&nutrition, il cui coordinamento è stato affidato proprio a Carlo Petrini, patron di Slow Food.

La sostenibilità fa rete

Oltre alle singole esperienze d'eccellenza di hotel eco-virtuosi, sono nate negli ultimi anni in Italia delle reti che promuovono il turismo sostenibile e lo certificano, con particolare attenzione alla gestione e ai servizi offerti. La rete degli Alberghi

ecologici di Legambiente (www.legambiente.it), raccoglie centinaia di hotel, ma anche campeggi, ristoranti, stabilimenti balneari, in tutto il territorio nazionale, che adottano una serie di procedure, stilate e periodicamente verificate dall'associazione, per orientare le strutture alla sostenibilità: dalla preparazione dei pasti in cucina, alla scelta di prodotti di stagione, a km zero o biologici, alle pulizie, gli acquisti, la raccolta differenziata, l'installazione di dispositivi per il risparmio idrico ed energetico. Altro network è quello del turismo responsabile del Wwf, che segnala diversi tour operator, accreditati dall'associazione sulla base della propria *Carta di Qualità*, la cui offerta ha come principale vetrina il sito www.wwfnature.it, di recente certificato

Il turismo responsabile non è un settore separato, ma coinvolge in un processo di sostenibilità tutti i tipi di turismo, riducendone l'impatto negativo e aumentandone quello positivo

DETRAZIONI FISCALI

Migliorare l'efficienza energetica degli edifici, alberghi inclusi, conserva interessanti vantaggi anche per il 2014 e il 2015. Il Governo, con l'ultima Legge di Stabilità (Legge 27 dicembre 2013, n. 147), ha prorogato le detrazioni fiscali del 65% per il risparmio energetico (ex 55%) e del 50% per le ristrutturazioni (ex 36%) per tutto il 2014 e, in misura ridotta, per il 2015. In dettaglio le detrazioni per gli interventi di efficienza energetica dall'Irpef o dall'Ires, ripartite in 10 quote annuali di pari importo, sono state prorogate in quota del 65% per le spese sostenute dal 6 giugno 2013 al 31 dicembre 2014 e in quota del 50% per le spese sostenute dal primo gennaio 2015 al 31 dicembre 2015.



I turisti cercano sempre più spesso esperienze autentiche, anche e soprattutto legate all'enogastronomia

Travel life internazionale- Sustainability in tourism, a testimoniare la conformità agli standard del Global Sustainable Tourism Council (istituito da Unep e UNWTO-Organizzazione mondiale del turismo).

La rete dei soci dell'Associazione italiana turismo responsabile (www.aitr.org), risponde a criteri più ampi includendo principi di giustizia sociale ed economica,



oltre che ambientale e culturale. La Carta europea per il turismo sostenibile nelle aree protette (www.european-charter.org) è insieme uno strumento metodologico e una certificazione volontaria approntata da Europarc Federation, per una gestione delle aree protette e del turismo migliore e più condivisa dagli attori del territorio. Ad oggi, in Italia, sono 34 i parchi ad aver ottenuto la certificazione, tra i quali spiccano il Parco Naturale delle Alpi Marittime, prima area protetta italiana ad aderire alla Carta, e il Parco Naturale Adamello Brenta, dove la collaborazione tra l'ente parco e gli operatori ha coinvolto anche una realtà turistica della caratura di Madonna di Campiglio. Che l'attenzione e la tensione del settore verso la sostenibilità non sia più un fatto episodico e che riguardi tutto il settore ricettivo, lo dimostra la nascita, recente, di Asta, l'Alta scuola di turismo ambientale di Legambiente e Parco nazionale delle Cinque Ter-

IL CASO "SMART ISLANDS"

Le "Smart Islands" sono un esempio concreto di eco-innovazione per un turismo sostenibile, basato su un intervento sistemico. Il progetto è sviluppato dal maggio 2011 da ENEA e sta realizzando un intervento pilota nell'arcipelago delle Isole Egadi (nell'ambito del più ampio Progetto "Eco-innovazione Sicilia"), la cui strategia si basa sulle esigenze e sulle regole di un turismo sostenibile. L'arcipelago delle isole Egadi (Favignana, Marettimo e Levanzo) è una realtà significativa del patrimonio naturalistico e paesaggistico delle isole minori del Mediterraneo e presenta tutte le tipiche problematiche delle aree ristrette ed isolate, soprattutto in concomitanza del periodo turistico quando la "pressione" sull'am-

biente e sui servizi è massima: a fronte di una popolazione residente di circa 4500 persone, nel mese di agosto l'isola di Favignana arriva ad ospitare circa 60.000 presenze giornaliere. A queste criticità si somma più in generale la difficoltà di "fare sistema" con altre realtà turistiche simili e geograficamente limitrofe e la difficoltà di trasferire operativamente a livello locale "buone pratiche" già sperimentate con successo in altre realtà. Le priorità di questa piccola comunità sono tipiche delle isole minori mediterranee: dalla gestione della risorsa idrica, del ciclo dei rifiuti, delle risorse naturali alla necessità di valorizzare l'offerta turistica con azioni di certificazione ambientale e creazione di marchi di qualità. La necessità di migliorare la situazione di tali criti-



re (www.vivitalia.it), destinata a funzionari di amministrazioni pubbliche ed enti Parco e a manager di aziende private esperti in pianificazione del territorio.

Turismo motore della Green Economy

Il turismo è stato uno dei primi settori dell'economia nazionale a cogliere e beneficiare del potenziale economico del patrimonio ecologico nazionale: della biodiversità, delle culture enogastronomiche che ne sono nate, dei paesaggi. Oggi lo sviluppo del settore comporta l'aumento a livello locale e globale di problematiche ambientali ed energetiche tali da mettere a rischio la conservazione delle stesse ri-

sorse turistiche e ambientali che ne costituiscono la principale fonte d'attrazione. Così un orientamento sostenibile dello sviluppo turistico, anche e in particolare in Italia, diventa una necessità urgente e, al tempo stesso, un'opportunità di rilancio e stimolo per l'intera Green Economy del nostro Paese.

«L'attenzione della Green Economy per attività in grado di promuovere lo sviluppo, di ridurre l'impatto ambientale e di utilizzare in modo sostenibile le risorse, trova piena applicazione nella gestione e nella valorizzazione del patrimonio culturale» sottolineano **Marcello Peronaci, Roberto Luciani, Antonio Di Lorenzo**, impegnati nel progetto Smart Islands di

Lo sviluppo del turismo sostenibile soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro, WTO (World Tourism Organization)

rità è inoltre resa ancor più urgente dal fatto che l'arcipelago è sede dell'Area Marina Protetta delle Isole Egadi (AMP), la più grande area marina protetta del Mediterraneo. La strategia dell'intervento si basa su un "compromesso" virtuoso che ha condotto all'individuazione di tre linee di intervento prioritarie: la gestione sostenibile della risorsa idrica, la gestione sostenibile del ciclo dei rifiuti, la gestione sostenibile delle risorse naturali. Una quarta linea di intervento, che costituisce la sintesi degli interventi precedenti, mira direttamente a realizzare degli strumenti di incentivazione del turismo sostenibile, basati sul miglioramento della qualità ambientale del territorio e sul coinvolgimento degli operatori turistici in un percorso di sostenibilità da realizzare an-

che attraverso la diffusione della certificazione ambientale volontaria e la creazione di marchi locali di qualità ambientale. In quest'ottica partecipativa è essenziale fornire informazioni ai cittadini e ai turisti (attraverso il sito progetto.egadi.enea.it, brochure, eventi a Favignana e questionari) sulle attività progettuali, sui risultati previsti e ottenuti, sulle azioni che i singoli devono attuare per il successo delle iniziative e per il loro mantenimento (innanzi tutto un'efficace raccolta differenziata). Altrettanto importante è la formazione di personale in loco, principalmente giovanile, che collabora con ENEA alle attività progettuali e che sarà coinvolto nella gestione delle attività future, che verranno realizzate dopo la fine del Progetto.



La mobilità sostenibile è un aspetto imprescindibile in un processo di valorizzazione e riqualificazione responsabile delle località turistiche. Expo 2015 sarà un banco di prova eccezionale per lo sviluppo responsabile del turismo italiano

Enea, nel quale l'eco-innovazione e un approccio integrato, al servizio del turismo sostenibile, stimolano strategie di impresa e di governance innovative. «Si comprende quindi come, sempre più spesso, in ambiti progettuali locali, vengano integrate competenze multidisciplinari riconducibili alla Green Economy, al fine di armonizzare, in una logica di sostenibilità, efficienza e valutazione di impatto ambientale, interventi per l'efficienza energetica diffusa, che puntano non solo a interventi strutturali sui singoli edifici di pregio storico-artistico, ma piuttosto si prefiggono di ottenere vantaggi in termini di risparmio energetico complessivo». In un quadro di valorizzazione turistica sostenibile (quanto mai d'attualità visto l'approssimarsi dell'EXPO 2015), intere aree o centri storici potrebbero e dovreb-

bero essere coinvolti in processi di riqualificazione, che comprendano interventi per l'efficienza energetica, ma anche una revisione critica più ampia che consideri le esigenze di una fruizione sostenibile. Vale a dire: mobilità sostenibile, adeguamento delle strutture per l'accoglienza, iniziative per la destagionalizzazione dei flussi del turismo culturale, nuove strategie di comunicazione, promozione e competitività.

Una politica di sviluppo turistico orientato alla sostenibilità, oltre a rispondere a un'imprescindibile esigenza e a incontrare il favore e l'interesse dei turisti di oggi, può favorire e aprire spazi di ricerca e innovazione. Il turismo responsabile porta con sé la necessità di studiare, progettare e implementare in molti ambiti diversi tecnologie e sistemi eco-compatibili. Si



CASE HISTORY TUI SPAIN

Il Gruppo internazionale TUI Travel PLC, con la sua divisione spagnola TUI Spain, offre vacanze in tutto il mondo con un alto valore aggiunto in termini di sostenibilità. I clienti, non solo accedono a servizi turistici di qualità, ma sanno che con i loro viaggi aiuteranno progetti per lo sviluppo sociale delle destinazioni che visitano e per la tutela dell'ambiente. «Con lo slogan "Spreading smiles" (condividendo sorrisi) abbiamo creato una sezione speciale all'interno del nostro sito web dove si trova una vasta collezione di storie reali che mostrano, grazie ad una galleria fotografica di volti sorridenti, molte delle iniziative che stiamo portando avanti», afferma **Pablo Rodriguez**, direttore Marketing di TUI Spain. «Ogni utente può consultare i progetti nei quali l'azienda è impegnata e, come sostegno al progetto che apprezza di più, può inviare la foto del proprio sorriso. In questo modo TUI Spain è al corrente della misura in cui questi progetti disegnano sorrisi nei veri protagonisti della storia».

Sono centinaia le iniziative comprese nel Piano di Sostenibilità dell'azienda: alcune riguardano la conservazione della biodiversità, come nel caso della piantumazione di alberi autoctoni; alcune sono progetti di turismo sostenibile nelle comunità locali che permettono di aumentare i benefici economici che apporta il turismo e il mondo dei viaggi; un forte impegno è indirizzato alla protezione dei bambini attraverso progetti educativi e di aiuto per prepararsi a trovare lavoro nel settore turistico; programmi di formazione per lavoratori, fornitori e collaboratori hanno il fine di migliorare le pratiche di sostenibilità; TUI Travel PLC lavora con gli hotel e le destinazioni per progetti di gestione sostenibile dei rifiuti e per l'ottimizzazione del consumo di acqua, per lo sviluppo di progetti di potabilizzazione, per la riduzione delle emissioni di CO₂ e il rispetto delle normative sulla salute degli animali. A oggi il gruppo collabora con oltre 850 hotel di tutto il mondo che presentano certificazioni di sostenibilità e ha realizzato uno studio basato su 4 mila clienti che ha dimostrato che il 50% di loro sarebbe disposto a fare vacanze più sostenibili. Per il 2015 TUI Travel PLC ha stabilito quattro obiettivi chiave: portare i clienti in hotel con certificazioni di sostenibilità riconosciute; garantire trasporti con le aerolinee più efficienti d'Europa in quanto a consumo di combustibile per un risparmio di oltre 20 mila tonnellate di CO₂; coinvolgere i lavoratori della compagnia in progetti di volontariato per la sostenibilità; sensibilizzare i clienti al tema della sostenibilità dei viaggi.

va dallo sviluppo di sistemi di gestione sostenibile dell'acqua – trattamento e riutilizzo delle acque reflue, sfruttamento delle acquegrigie e della pioggia, risparmio idrico – a quello dei rifiuti – raccolta differenziata, di recupero di materie prime e di valorizzazione del rifiuto stesso – dallo sviluppo di nuove soluzioni per il risparmio energetico e l'efficienza energetica, in particolare nell'edilizia civile e nella illuminazione pubblica – nuovi prodotti per l'integrazione del fotovoltaico nell'edilizia e per l'arredo urbano, maggior ricorso all'utilizzo di sorgenti di energia rinnovabile – allo sviluppo di sistemi integrati di trasporto – dove possibile con mezzi elettrici –; dallo sviluppo di nuove tecnologie di eco-building alle analisi sul ciclo di vita dei prodotti in ambito di eco-progettazione. ■

