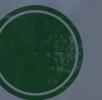


MANAGER DEGLI ITINERARI CULTURALI

TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE

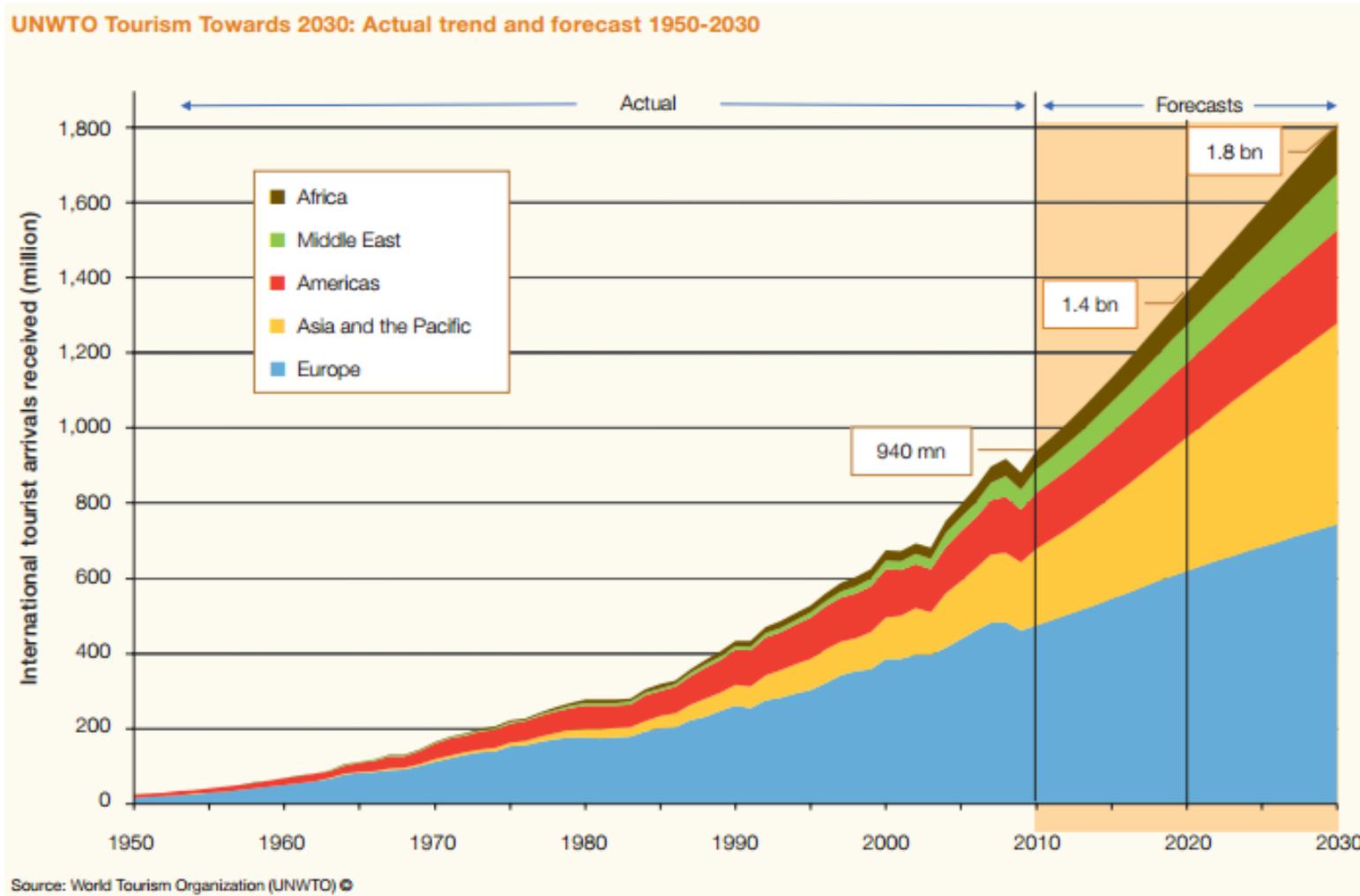


STRUTTURA:

- Dalle origini al turismo di massa
- Il turismo di massa e i suoi paradossi
- Le critiche al turismo tradizionale
- Il turismo sostenibile
- La situazione attuale e la normativa
- Turismo sostenibile e sviluppo del territorio
- Alcuni casi di turismo sostenibile legato all'ospitalità e all'enogastronomia



I dati sul turismo internazionale



Con un giro di affari di oltre 1.200 miliardi di dollari, il turismo è una delle principali voci della bilancia commerciale mondiale subito dopo i carburanti, i prodotti chimici e quelli alimentari. Numeri che non sembrano destinati a diminuire.

Dalle origini al turismo di massa: antichità

La storia dell'umanità è sempre stata caratterizzata dal **viaggio**.

Già dalle origini, l'uomo ha iniziato a viaggiare **per necessità**, alla ricerca di cibo, di nuovi territori, di nuove risorse. Basti pensare ai numerosi viaggi effettuati in occasione di guerre, carestie e conquiste.

A differenza di oggi, tuttavia, il viaggio era spesso associato a pericoli, a conseguenze nefaste.



Viaggio (travel) = travail, travaglio



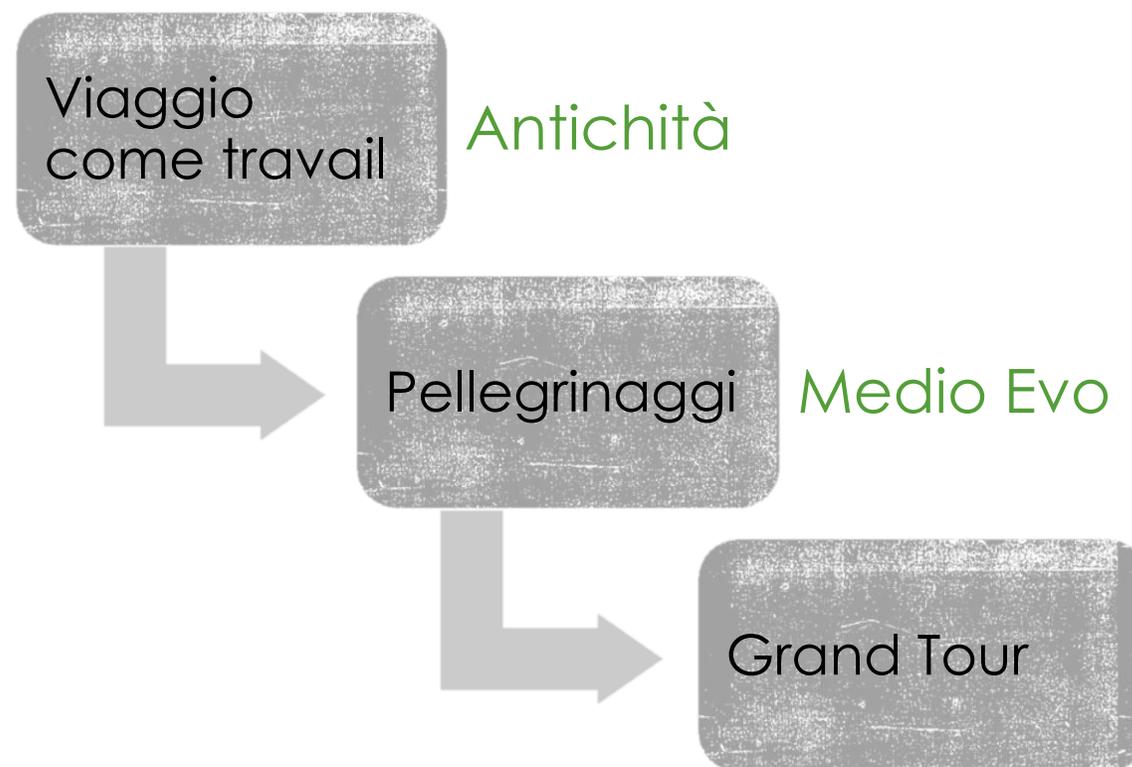
Dalle origini al turismo di massa: il Grand Tour

La pratica del Grand Tour si diffonde tra il XVII ed il XVIII secolo d.C.

Il Grand Tour consiste in un viaggio, di una durata di 1-3 anni, durante il quale il giovane nobile, spesso di origine inglese, si forma nei centri della cultura Europea.

Lo scopo è quello di **addestrare il giovane nobile alla sua futura vita relazionale.**

Il viaggio viene pianificato in ogni suo dettaglio qualche anno prima della partenza.



Dalle origini al turismo di massa: lo sviluppo del turismo

Con il tempo, **aumenta il numero** delle persone che possono permettersi di andare in vacanza e di passare il proprio tempo libero in luoghi diversi dal luogo dove si lavora.

Lo sviluppo del fenomeno turistico è caratterizzato dallo **sviluppo dell'offerta turistica** e delle componenti che arricchiscono l'esperienza stessa.

Nel XIX secolo compaiono le **prime guide** espressamente turistiche (es: Beadeker), si diffondono le **strutture ricettive**, nascono i club alpini e gli **itinerari** escursionistici.

Nel 1841 viene effettuato il **primo viaggio organizzato**, proposto da Thomas Cook, considerato il fondatore della prima agenzia di viaggio.

Dalle origini al turismo di massa: lo sviluppo del turismo



Dalle origini al turismo di massa: un periodo di cambiamento

- Al di là di motivi di natura istituzionale, il passaggio al turismo di massa è stato condizionato da **diversi fattori**:
 - Ferie pagate;
 - Miglioramento della mobilità su medie-lunghe distanze;
 - Sicurezza delle destinazioni;
 - Diffusione dell'automobile;
 - Commercializzazione viaggi preconfezionati;
 - Diffusione di servizi ricettivi e di altri servizi per il tempo libero nelle destinazioni turistiche.



Il turismo di massa

Standardizzazione



Accumulazione simbolica



Viaggio come attività dimostrativa

Il turismo di massa e i suoi paradossi

MacCannell (1976): il turista è alla ricerca dei **sight\marker**, ossia di **elementi simbolici** che già conosce attraverso film, fotografie, racconti, e che cerca costantemente durante la sua esperienza turistica.

MacCannell è uno dei primi sociologi del turismo. Insieme a Cohen, è famoso per la riflessione circa la ricerca dell'**autenticità** da parte dei turisti durante l'esperienza turistica.



Quali sono le conseguenze di questa crescita?

Impatti ambientali:

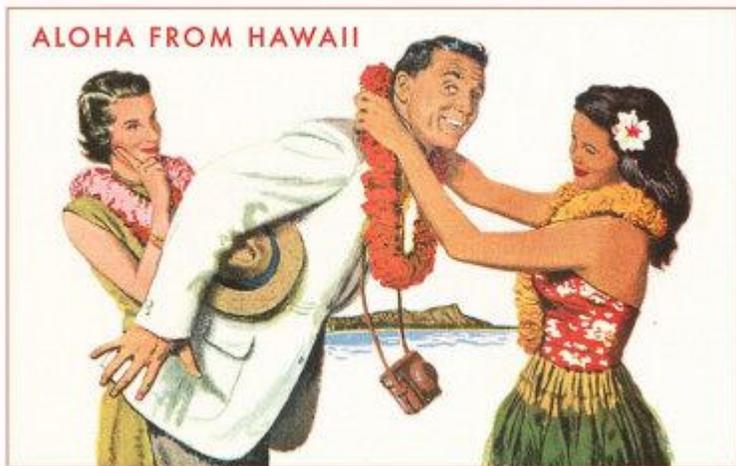
Inquinamento dell'acqua,
dell'aria e dei terreni;
sfruttamento delle risorse
idriche; degrado ambientale e
paesaggistico; distruzione degli
ecosistemi.



Carrying capacity=
il numero di
organismi che
possono vivere
permanentemente
in un'area
determinata
(Cici e Schmidt di
Friedberg, 1998)

« Il turismo di
massa è uno dei
fattori principali
dell'inquinamento
atmosferico e del
surriscaldamento
globale »
(Girod, 2011)





Impatti socio-culturali:
conflitti intra ed
intergenerazionali; conflitti tra
turisti e comunità locale;
mercificazione e
standardizzazione della cultura
locale.

Impatti economici:

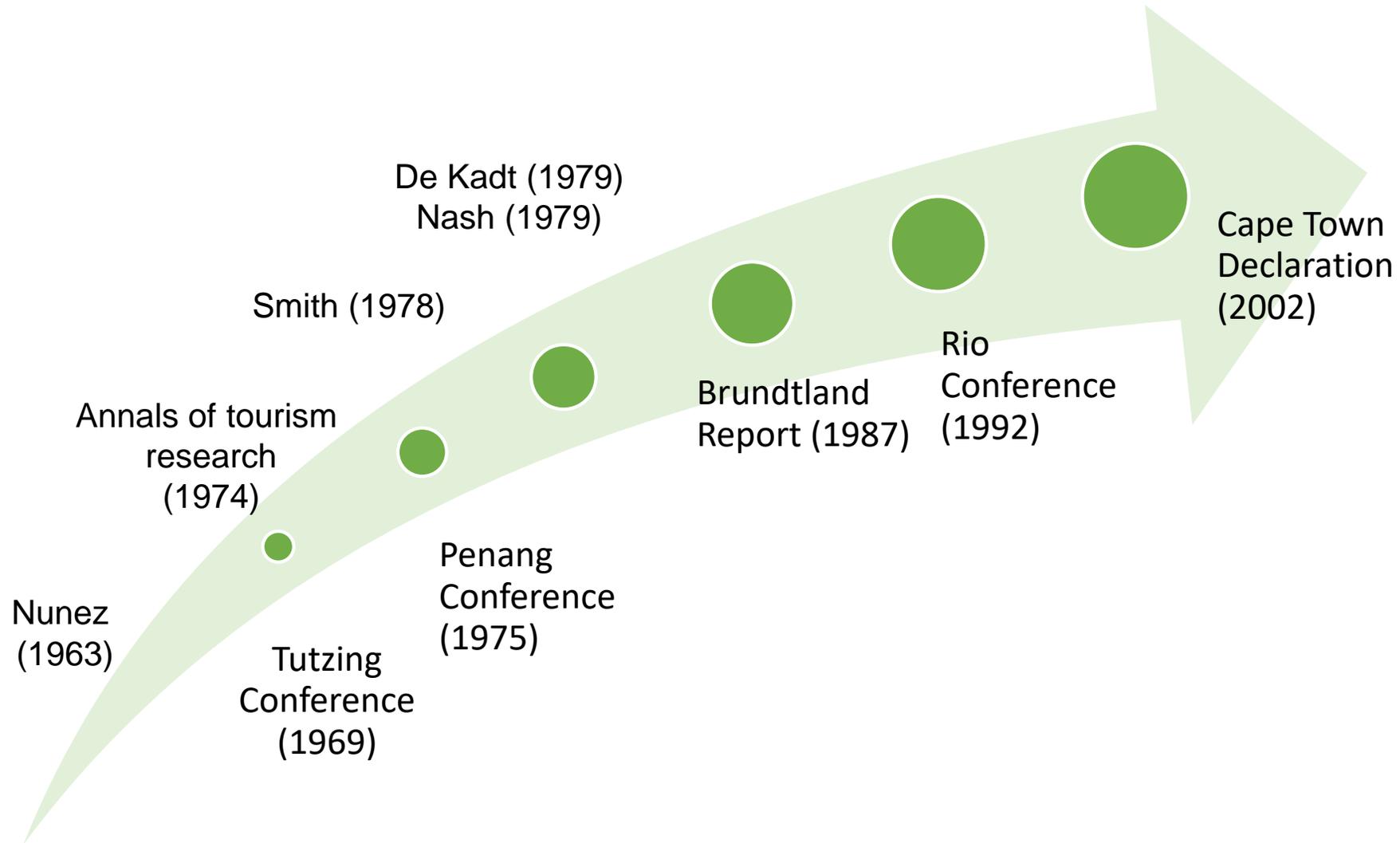
creazione di posti di lavoro poco qualificati e precari; sfruttamento del lavoro minorile e prostituzione; scarsa o nulla redistribuzione del reddito turistico; inflazione; scarsa affidabilità dei mercati di provenienza.



Leakage: il denaro generato dal turismo ritorna costantemente nei Paesi di provenienza dei visitatori. La maggior parte degli stakeholder turistici sono infatti rappresentati dalle grandi compagnie occidentali



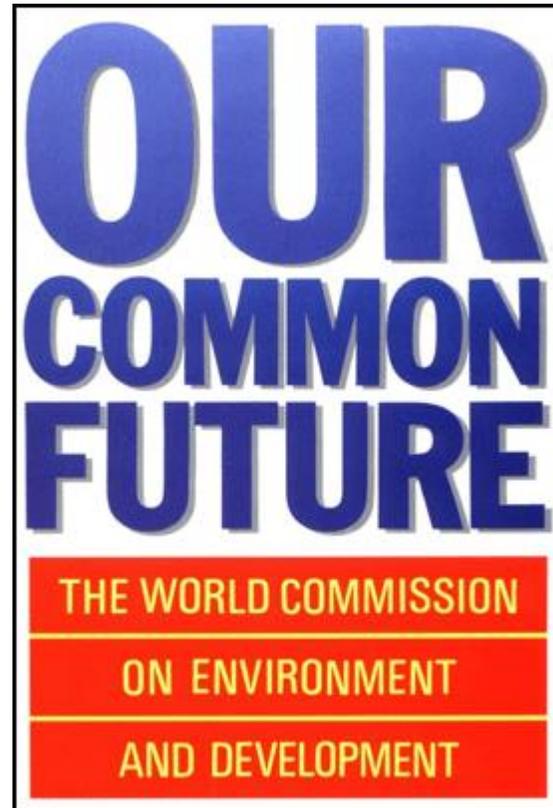
Le critiche al turismo tradizionale



Le critiche al turismo tradizionale: Il rapporto Brundtland

Nel **1987** l'OMT si avvicina per la prima volta al tema della sostenibilità in occasione della presentazione del Rapporto Brundtland, **«Our Common Future»**, elaborato dalla Commissione Mondiale sull'ambiente e sullo sviluppo, secondo il quale lo sviluppo sostenibile sarebbe:

“development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”



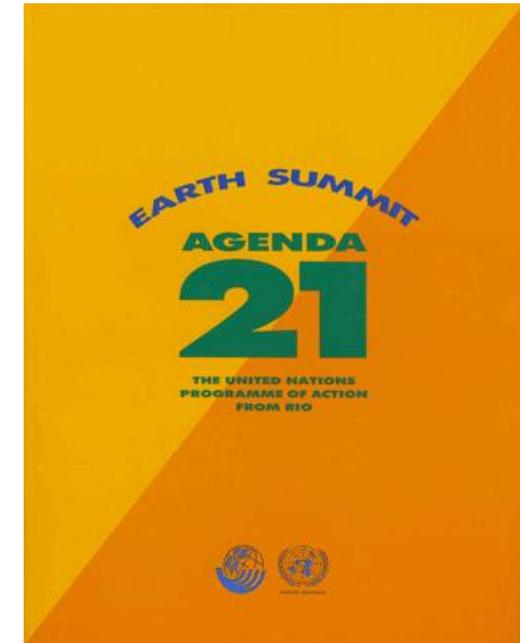
Le critiche al turismo tradizionale: l'Agenda 21

Il **1992** rappresenta il momento di svolta nell'ambito della critica al turismo di massa tradizionale. In quell'anno viene infatti organizzato il **Vertice della Terra di Rio de Janeiro**, tramite il quale i principi presenti in «Our Common Future» vengono estesi e resi applicabili anche al **turismo**, nel famoso documento **Agenda 21**.



Critiche:

- Mercificazione dell'ambiente (« core asset », « product quality »).
- Scarso coinvolgimento delle comunità locali all'interno dei processi decisionali.



Le critiche al turismo tradizionale: la Dichiarazione di Cape Town

La Dichiarazione di Cape Town definisce il turismo responsabile come un turismo che:

- **minimizza gli impatti negativi** dal punto di vista ambientale, culturale, sociale ed economico;
- genera maggiori benefici economici e **migliorano il benessere della comunità locale**, potenziando le condizioni di lavoro e l'accesso all'industria;
- **coinvolge la comunità** ospitante nelle decisioni;
- contribuisce alla **tutela dell'eredità naturale e culturale** ed al **mantenimento della diversità**;
- fornisce migliori esperienze ai turisti attraverso **un rapporto più coinvolgente con la comunità ospitante** e la comprensione della cultura locale e dei problemi ambientali;
- facilita la **mobilità delle persone disabili**;
- favorisce il **rispetto reciproco** tra turisti e locali.

Le critiche al turismo tradizionale: l'ecosistema organizzativo-istituzionale



Il turismo sostenibile come concetto-ombrello

La “differenza tra turismo responsabile e turismo sostenibile per alcuni è soltanto una sfumatura, per altri un distinguo sostanziale. La prima formula, all’insegna della responsabilità, nasce per qualificare un turismo di incontro, e concede maggiore attenzione alle scelte individuali ed agli impatti sociali e culturali del turismo. La sostenibilità del turismo (...) all’inizio focalizzava invece l’attenzione sugli impatti ambientali. Allargata la nozione di responsabilità dalla sfera dei rapporti umani al contesto ambientale, e viceversa allargata la nozione di sostenibilità dalla sfera dell’ambiente a quella delle relazioni interpersonali e interculturali, **di fatto i principi della sostenibilità oggi comprendono quelli della responsabilità”**.

Duccio Canestrini, 2003



Turismo sostenibile\responsabile = un turismo capace 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 sociali ed ambientali del territorio, **stimolando benefici per il territorio, per i turisti e per la comunità locale.**

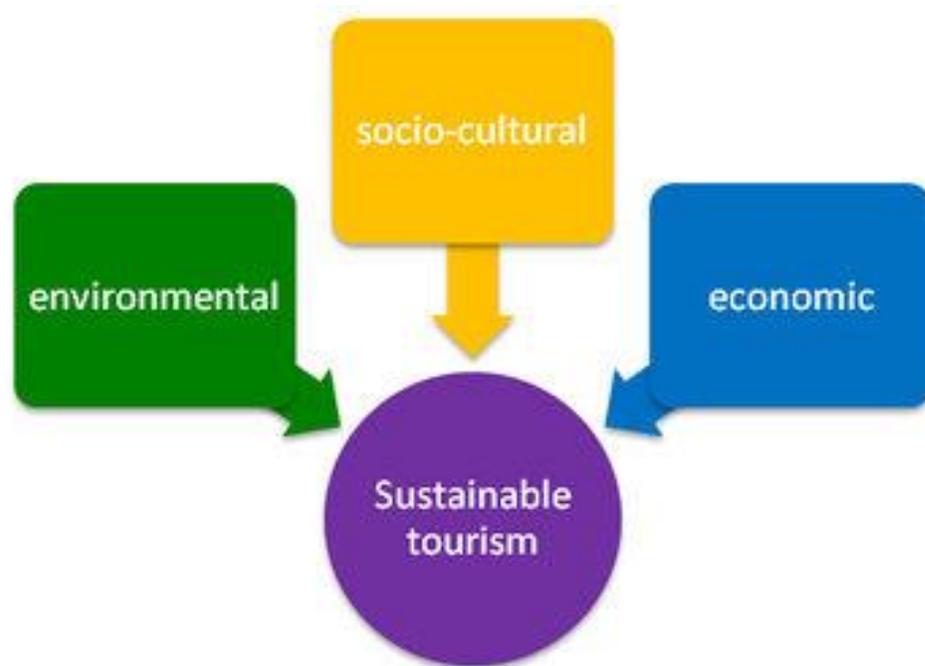
Il turismo sostenibile o responsabile?

Il termine sostenibilità non è altro che “un nome astratto, che sfugge ad una definizione significativa, fino a trasformarsi in un aggettivo (sostenibile) che viene poi attaccato ad un altro nome, tipo turismo; così da richiedere un’ulteriore definizione” (H. Goodwin 2016, p. 66).

Se il termine turismo sostenibile e turismo responsabile sono spesso usati alla stregua di sinonimi, Goodwin pone maggior enfasi sulla responsabilità intesa come processo di accountability, di assunzione di responsabilità e di restituzione dei risultati degli impegni presi.

- 1) **Accountability** – si tratta della possibilità di essere chiamati a rispondere delle proprie azioni e/o omissioni (in termini anche legali) e, quindi, per estensione, riguarda anche la capacità di rendere conto dell’azione intrapresa.
- 2) **Capability** – la responsabilità riguarda qui la possibilità e la capacità degli individui e delle organizzazioni di agire in modo da fare la differenza. Da questo punto di vista Goodwin parla anche di “respons-abilità” (response-ability), intesa appunto come capacità e opportunità di segnare una differenza.
- 3) **Responding, to be responsive** – si tratta più precisamente della risposta alle aspettative. In questo senso la response-ability implica l’entrare in una dimensione dialogica che può facilitare il coinvolgimento con gli stakeholders contribuendo a creare partnership che facilitano l’individuazione di soluzioni.

Il turismo sostenibile: le tre dimensioni



DIMENSIONE AMBIENTALE:

- Utilizzo sostenibile delle risorse ambientali (per es: risorse idriche, terreni etc.);
- Rispetto e tutela della biodiversità;
- Riduzione degli impatti ambientali (per es: inquinamento atmosferico, inquinamento sonoro, rifiuti etc.);
- Tutela paesaggistica secondo le specificità del territorio.

Il turismo sostenibile: le tre dimensioni

DIMENSIONE SOCIO-CULTURALE:

- Riduzione dei conflitti intragenerazionali ed intergenerazionali;
- Miglioramento dei rapporti tra turisti e comunità locale;
- Partecipazione della comunità locale ai processi decisionali, inclusi i gruppi talvolta esclusi (per es: popolazione autoctona);
- Rispetto e valorizzazione del patrimonio locale, materiale e immateriale;
- Riduzione della standardizzazione e della mercificazione culturale;
- Accessibilità.



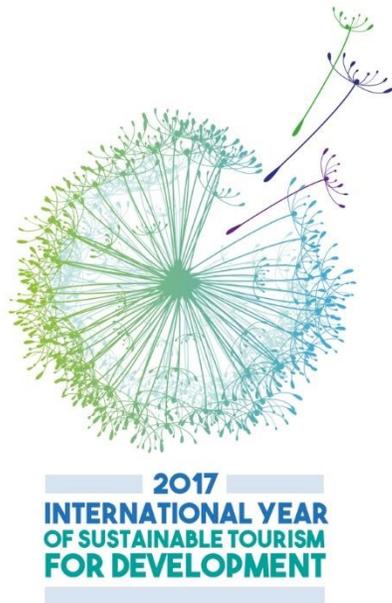
Il turismo sostenibile: le tre dimensioni



DIMENSIONE ECONOMICA:

- Equo accesso alle risorse da parte di tutti i gruppi sociali;
- Equa redistribuzione del reddito turistico per la comunità locale;
- Controllo dell'aumento dei prezzi nelle località turistiche (per es: affitti, parcheggi, beni di prima necessità);
- Utilizzo delle risorse locali e promozione del Km0.

2017: Anno ONU del turismo sostenibile per lo sviluppo



A suitable **balance** must be established **between these three dimensions** to guarantee its long-term sustainability.

Sustainable tourism should:

- Make optimal use of **environmental resources** that constitute **a key element in tourism development**, maintaining essential ecological processes and helping to **conserve natural heritage and biodiversity**.
- **Respect the socio-cultural authenticity of host communities**, conserve their built and living cultural heritage and traditional values, and contribute to **inter-cultural understanding** and tolerance.
- Ensure viable, long-term economic operations, **providing socio-economic benefits to all stakeholders** that are fairly distributed, including stable employment and income-earning opportunities and social services to host communities, and contributing to poverty alleviation.

Il turismo sostenibile e lo sviluppo: la partecipazione della comunità locale

“Sustainable tourism development requires the **informed participation of all relevant stakeholders**, as well as strong political leadership to ensure wide participation and consensus building.

*Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers,
UNEP and UNWTO, 2005*

Si parla di sviluppo sostenibile quando tutti gli attori del territorio interessati possono partecipare all'interno dei processi decisionali, talvolta spontaneamente (**multi-stakeholder approach**).

Queste dinamiche porterebbero ad una **governance partecipata** (Lévesque, 2013) a livello territoriale e faciliterebbero i processi di **empowerment** (Friedmann, 1992) dei gruppi sociali presenti.

Uno sviluppo sostenibile stimolerebbe anche la creazione di **capitale sociale** di tipo bridging (Putnam, 2000) e di nuove reti sociali sul territorio.

Il turismo sostenibile e lo sviluppo: il miglioramento dell'esperienza turistica

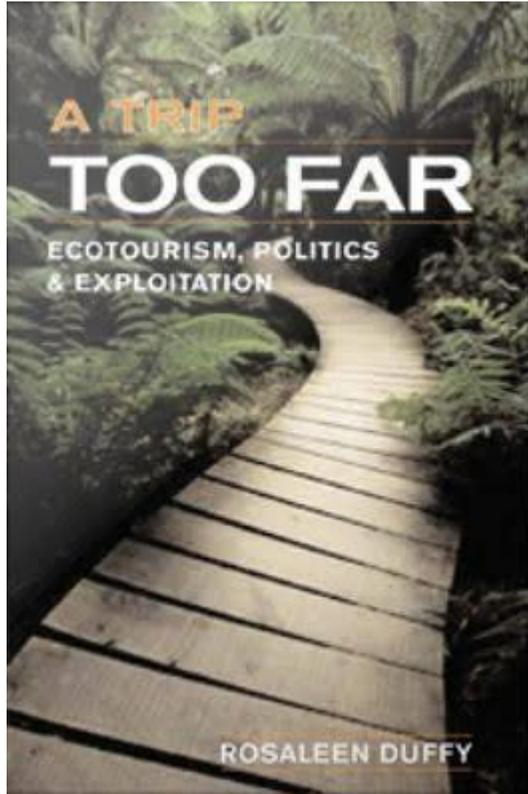
“Sustainable tourism should also maintain a **high level of tourist satisfaction** and ensure a meaningful experience to the tourists, raising their awareness about sustainability issues and **promoting sustainable tourism practices** amongst them”

*Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers,
UNEP and UNWTO, 2005*

Migliorando i rapporti tra turisti, comunità locale e territorio, il turismo sostenibile **migliora anche l'esperienza turistica stessa**. Come Goodwin (2011), sostiene, infatti, « il turismo responsabile è un turismo che crea delle destinazioni migliori da vivere per residenti e da visitare per i turisti ».



Critiche al concetto di turismo sostenibile



«Sottoconsumo ostentativo»

“La loro abnegazione dei lussi di viaggio convenzionale è motivato dalla necessità di dimostrare a se stessi che possono affrontare le difficoltà che non devono affrontare nelle loro confortevoli vite a casa. Vogliono credere che la loro vacanza non abbia lo stesso impatto di quella dei turisti di massa da cui amano distinguersi”

Rosaleen Duffy (2002)

Nuova strategia di marketing

“una cosiddetta soluzione che fa quasi tutti felici”, un modo per “appagare il senso di colpa del ‘turista pensante’ ... la gamma più esigente (e costosa) del mercato può essere così soddisfatta aprendo “legittimamente” nuove aree turistiche”

Brian Wheeler (1997)

Il turismo sostenibile e lo sviluppo: la valutazione degli impatti

Achieving sustainable tourism is a continuous process and it requires constant **monitoring of impacts**, introducing the necessary preventive and/or corrective measures whenever necessary.

Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers,
UNEP and UNWTO, 2005

Non esistono dei **sistemi di valutazione condivisi** per analizzare uno sviluppo turistico sostenibile. Diverse ricerche (Miller, 2001; Ritchie, Crouch, 2003; Park, Yoon, 2010; Tanguay, Rajaonson, Therrien, 2011) sono state effettuate a questo proposito.

Tuttavia, al momento, non è ancora stato individuato un sistema condiviso, soprattutto a causa della **diversità dei territori di riferimento** (per es: rurali, insulari, aree protette, aree urbane etc.)

La valutazione degli impatti: il Toolkit ETIS per la gestione sostenibile delle destinazioni

Nel 2013 la Commissione europea ha introdotto il **Sistema europeo di indicatori per il turismo (ETIS)** con lo scopo di aiutare le destinazioni turistiche a monitorare e misurare le loro prestazioni in materia di turismo sostenibile, utilizzando un approccio comune comparabile.

Il Toolkit prevede una serie di indicatori principali e supplementari per fornire alle destinazioni le informazioni di base di cui hanno bisogno per **monitorare la sostenibilità e gestire l'attività turistica in modo più efficace**.

L'ETIS è un processo di gestione completo basato su una serie di indicatori di sostenibilità. Contiene **43 indicatori principali e una serie indicativa di indicatori supplementari**. Tali indicatori possono essere usati in modo flessibile: il Sistema può essere utilizzato nella sua interezza o integrato in sistemi esistenti di monitoraggio delle destinazioni.

Anche l'OMT aveva stilato una lista di indicatori in occasione del Sustainable tourism indicators and destination management Workshop, svoltosi in Montenegro nel 2007 (<http://sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/finrep.pdf>).

La valutazione degli impatti: il Toolkit ETIS per la gestione sostenibile delle destinazioni

Sezione A: gestione della destinazione		
Criteri	N. di riferimento dell'indicatore#	Indicatori principali ETIS
A.1 Politica pubblica per un turismo sostenibile	A.1.1	Percentuale delle imprese/strutture turistiche nella destinazione che utilizzano una certificazione volontaria/un marchio per misure inerenti l'ambiente/la qualità/la sostenibilità e/o la responsabilità sociale delle imprese
A.2 Soddisfazione del cliente	A.2.1	Percentuale dei turisti e degli escursionisti soddisfatti dell'esperienza complessiva nella destinazione
	A.2.2	Percentuale dei visitatori abituali/visitatori che ritornano nella destinazione (entro 5 anni)

Sezione B: valore economico		
Criteri	N. di riferimento dell'indicatore#	Indicatori principali ETIS
B.1 Flusso turistico (volume & valore) nella destinazione	B.1.1	Numero di pernottamenti turistici al mese
	B.1.2	Numero di escursionisti al mese
	B.1.3	Contributo relativo del turismo all'economia della destinazione (% PIL)
	B.1.4	Spesa giornaliera per turista pernottante
	B.1.5	Spesa giornaliera per escursionista
B.2 Risultati delle imprese turistiche	B.2.1	Lunghezza media del soggiorno dei turisti (notti)
	B.2.2	Percentuale dei posti letto occupati al mese in strutture ricettive commerciali e media annua
B.3 Quantità e qualità dell'occupazione	B.3.1	Occupazione diretta nel turismo come percentuale dell'occupazione totale nella destinazione
	B.3.2	Percentuale dei posti di lavoro stagionali nel turismo
B.4 Catena di distribuzione del turismo	B.4.1	Percentuale di prodotti alimentari, bevande, beni e servizi prodotti a livello locale e acquistati dalle imprese turistiche della destinazione

The European Tourism Indicator System (ETIS) toolkit 2016
<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/21749>

La valutazione degli impatti: il Toolkit ETIS per la gestione sostenibile delle destinazioni

Sezione C: impatto sociale e culturale		
Criteri	N. di riferimento dell'indicatore#	Indicatori principali ETIS
C.1 Impatto sociale/sulla comunità	C.1.1	Numero di turisti/visitatori per 100 residenti
	C.1.2	Percentuale dei residenti soddisfatti del turismo nella destinazione (al mese/per stagione)
	C.1.3	Numero di letti disponibili nelle strutture ricettive commerciali per 100 residenti
	C.1.4	Numero di seconde case per 100 case
C.2 Salute e sicurezza	C21	Percentuale dei turisti che sporgono denuncia alla polizia
C.3 Parità di genere	C.3.1	Percentuale di uomini e donne occupati nel settore del turismo
	C.3.2	Percentuale delle imprese turistiche il cui direttore generale è una donna
C.4 Inclusione/accessibilità	C.4.1	Percentuale di camere presso strutture ricettive commerciali accessibili alle persone con disabilità
	C.4.2	Percentuale di strutture ricettive commerciali che partecipano a programmi informativi riconosciuti in tema di accessibilità
	C.4.3	Percentuale dei trasporti pubblici accessibili alle persone con disabilità e alle persone con specifiche esigenze di accesso
	C.4.4	Percentuale di attrazioni turistiche accessibili alle persone con disabilità e/o che partecipano a programmi informativi riconosciuti in tema di accessibilità
C.5 Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, dell'identità e delle risorse locali	C.5.1	Percentuale dei residenti soddisfatti dell'impatto del turismo sull'identità della destinazione
	C.5.2	Percentuale degli eventi della destinazione turistica che si occupano di cultura e patrimonio tradizionale/locale

The European Tourism Indicator System (ETIS) toolkit 2016
<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/21749>

La valutazione degli impatti: il Toolkit ETIS per la gestione sostenibile delle destinazioni

Sezione D: impatto ambientale		
Criteri	N. di riferimento dell'indicatore#	Indicatori principali ETIS
D.1 Riduzione dell'impatto dei trasporti	D.1.1	Percentuale dei turisti e degli escursionisti che utilizzano vari mezzi di trasporto per raggiungere la destinazione
	D.1.2	Percentuale dei turisti e degli escursionisti che utilizzano i servizi locali/di mobilità dolce/di trasporto pubblico per circolare nella destinazione
	D.1.3	Distanza media (km) percorsa dai turisti e dagli escursionisti dal proprio domicilio verso la destinazione
	D.1.4	Impronta di carbonio media dei turisti e degli escursionisti che si spostano dal proprio domicilio verso la destinazione
D.2 Cambiamento climatico	D.2.1	Percentuale delle imprese turistiche che partecipano a programmi per la mitigazione del cambiamento climatico, quali la compensazione di CO ₂ , i sistemi a basso consumo energetico ecc., e che mettono in atto risposte e azioni di «adattamento»
	D.2.2	Percentuale delle strutture ricettive e delle infrastrutture di richiamo turistico situate in «zone vulnerabili»
D.3 Gestione dei rifiuti solidi	D.3.1	Produzione di rifiuti per pernottamento turistico rispetto alla produzione di rifiuti per persona della popolazione generale (in kg)
	D.3.2	Percentuale delle imprese turistiche che effettuano una raccolta differenziata dei rifiuti
	D.3.3	Percentuale del totale dei rifiuti riciclati per turista rispetto alla totalità dei rifiuti riciclati per residente all'anno
D.4 Trattamento delle acque reflue	D.4.1	Percentuale delle acque reflue provenienti dalla destinazione che vengono sottoposte a un trattamento almeno di secondo livello prima dello scarico
D.5 Gestione dell'acqua	D.5.1	Consumo d'acqua per pernottamento turistico rispetto a quello della popolazione generale per persona a notte
	D.5.2	Percentuale delle imprese turistiche che adottano misure per ridurre il consumo di acqua
	D.5.3	Percentuale delle imprese turistiche che utilizzano acqua riciclata
D.6 Consumo energetico	D.6.1	Consumo energetico per pernottamento turistico rispetto a quello della popolazione generale per residente a notte
	D.6.2	Percentuale delle imprese turistiche che adottano misure per ridurre il consumo energetico
	D.6.3	Quantità annua di energia consumata da fonti rinnovabili (MWh) come percentuale del consumo energetico totale a livello di destinazione all'anno
D.7 Tutela del paesaggio e della biodiversità	D.7.1	Percentuale delle imprese locali nel settore turistico che sostengono attivamente la protezione, conservazione e gestione della biodiversità e dei paesaggi locali

The European Tourism Indicator System (ETIS) toolkit 2016
<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/21749>

L'Unione Europea ed il turismo sostenibile

Oltre al Sistema ETIS, l'Unione Europea interviene in diversi modi all'interno del discorso sul turismo sostenibile:

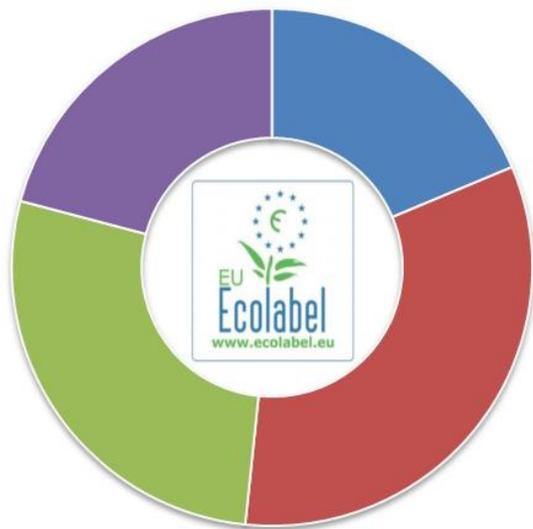
- **Sistema di ecogestione e audit (EMAS)** dell'Unione europea (UE) e il **marchio di qualità ecologica** dell'Unione europea (**Ecolabel europeo**): degli strumenti che permettono di migliorare la visibilità dell'impresa e\o dell'organizzazione tramite la richiesta volontaria della certificazione. Nel caso del turismo, la Commissione Europea fornisce un documento di riferimento settoriale per il settore del turismo che illustra le migliori pratiche di gestione ambientale all'interno delle organizzazioni del settore turistico che forniscono alloggio, servizi di ristorazione, gestiscono le destinazioni turistiche o forniscono viaggi, sistemazioni o attività per il turismo (agenzie di viaggio e tour operator).
- Meccanismo di segnalazione per il turismo e l'ambiente (**TOUERM**), degli indicatori specifici per il settore turistico
- Iniziative di **responsabilità sociale delle imprese (RSI)** turistiche (sempre su richiesta volontaria)

Le ecolabel per il settore turistico

Benefici per il turista:

- Il **contenimento dell'inquinamento** atmosferico, idrico e del suolo grazie soprattutto all'utilizzo di prodotti più rispettosi dell'ambiente;
- La **corretta gestione e differenziazione dei rifiuti**;
- La **riduzione degli sprechi** energetici e di risorse;
- La **salvaguardia della biodiversità** nelle aree poste sotto il controllo diretto della struttura ricettiva;
- Un'**alimentazione sana e corretta**, che attinge in parte alle produzioni biologiche regionali.

I vantaggi dell'ECOLABEL

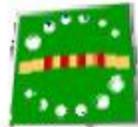


- **Miglioramento dell'immagine**
- **Conquista di nuove quote di mercato**
- **Riduzione dei costi di gestione**
- **Maggior soddisfazione del cliente**

Benefici alla struttura ricettiva:

- **Vantaggi di costo legati all'eco-efficienza:** consente alla struttura di rilevare le inefficienze e promuove lo sviluppo dell'innovazione;
- **Riduzione del consumo di risorse naturali** favorendo una riduzione considerevole dei costi nel medio-lungo periodo;
- **Visibilità/Reputazione:** l'ecolabel è una garanzia di qualità e una forma di pubblicità, oltre ad essere un fattore di scelta assolutamente discriminante per i turisti più sensibili al rispetto ed alla salvaguardia dell'ambiente;

Le ecolabel per il settore turistico



El Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental Aval de Catalunya



Green Certificate Latvia



Green Key



La clef verte



The Green Tourism Business Scheme



De Milieubarometer



The European Eco-label for Tourist Accommodation



O+ - Steinbock label



Green Globe 21



Nordic Swan



ADAC Umweltsymbol



Impatto zero



ISO 14001



Blaue Schwalbe



EMAS



Bio Hotels



Agriturismi Biologici

Il turismo sostenibile e lo sviluppo: ST-EP (OMT)

The UNWTO Sustainable Tourism - Eliminating Poverty Initiative (ST-EP) **promotes poverty alleviation** through the provision of assistance to sustainable development projects. The initiative focuses on enhancing the Organization's longstanding work to encourage sustainable tourism – social, economic and ecological – with activities that specifically alleviate poverty, deliver development and create jobs for people living on less than a dollar a day. UNWTO views the ST-EP Initiative as an effective tool to make a tangible contribution to the MDGs

↓
Pro-poor tourism



Il turismo sostenibile e lo sviluppo sostenibile

Il turismo sostenibile fa parte del discorso più ampio sullo sviluppo sostenibile, un approccio nato dalla necessità di trovare una **prospettiva alternativa a quella neoliberista**, incentrata sulla competitività dei territori e sulla crescita economica.

I movimenti degli anni Sessanta-Settanta, la crescente partecipazione delle donne e la critica postcolonialista, la considerazione delle teorie indigene e del ruolo delle Organizzazioni non governative all'interno del dibattito sullo sviluppo, portarono la comunità internazionale a riflettere circa il tema della **sostenibilità**.

L'importanza della sostenibilità all'interno dei processi di sviluppo è stata sancita dalla Conferenza mondiale del 1987, da cui derivò il documento « Our Common Future », e dalla Conferenza di Rio de Janeiro nel 1992, da cui emerse l'Agenda 21. Nel 2012, sempre a Rio, si è svolta la Conferenza Rio+20 sul tema dello sviluppo sostenibile.

Il turismo sostenibile e lo sviluppo: le critiche

Negli anni sono state mosse diverse critiche al paradigma dello sviluppo sostenibile. Tra queste, ricordiamo quelle che descrivono questo approccio come **eccessivamente antropocentrico** o tendente a considerare **l'ambiente come una semplice risorsa** di mercato.

Altre critiche riguardano **il concetto stesso di sviluppo**, come quella di Sachs (1996): « (...) development has been outdated. But above all, the hopes and desires, which made the idea fly, are now exhausted: development has grown obsolete »

Emergono **nuovi approcci** come quelli del post-sviluppo (Peet, 1999) e della decrescita (Latouche, 2004).

Forme turistiche neocoloniali?

L'idea che le società occidentali si stiano spogliando di aspetti simbolici legati al prestigio e alla differenziazione di classe (verso un'idea di prestazione di servizio più consona a società funzionalmente differenziate) ha fatto pensare che tali differenze tendano non a sparire, bensì a spostarsi, col turismo, verso paesi in via di sviluppo.

Quest'ottica, fondamentalmente di stampo «neo-colonialista», guarda quindi a certi sviluppi del turismo internazionale che cerca, nella **fascinazione neo-esotica, l'autenticità della relazione «servo/padrone»**, tale da confermare la posizione dominante del turista (e al limite promuovere pietas):

«Occorre riconoscere che in gran parte del mondo in via di sviluppo il turismo internazionale è cresciuto come un'industria neo-coloniale, sfruttando le nuove materie prime (sole, mare, clima) di Paesi poveri e per giunta indebitati» (Canestrini 2005).

«l'autenticità che caratterizza l'esperienza turistica è proprio l'autenticità di una relazione sociale e, in particolare, l'autenticità di una contrapposizione di classe, la quale si genera “naturalmente”, [...] quando si incontrano la cultura dominante del viaggiatore e la cultura indigena» (Ragone 1985).

Il buono e il cattivo «selvaggio»

L'interesse per i popoli lontani, esotici e selvaggi, era rinomato già nella Francia del XVIII secolo. Erano i tempi delle "Lettere Persiane" e i resoconti di viaggio rappresentavano le letture preferite: «Alla sofisticazione e alla frivolezza della cultura si contrapponeva l'onestà e la semplicità dei popoli primitivi» (Arendt 1951, p. 226). Si tratta del mito del "**buon selvaggio**" (*bon sauvage*) che Rousseau usò per contrapporre l'ideale stato di natura alla corruzione dello spirito causata dalla società della sua epoca.

il mito del buon selvaggio servì primariamente non tanto a ridare dignità a quei popoli dei quali si doveva ancora decidere l'appartenenza o meno all'umanità, quanto piuttosto a guardare riflessivamente alle tendenze della nascente società moderna, così profondamente attraversata da tensioni contraddittorie. Al mito del buon selvaggio, infatti, si contrappone quello del «cattivo selvaggio», buono solo «a sottomettersi e a confermare la superiorità dell'Occidente» (Kilani 2011, p. 234).

Le visioni contrapposte del buono e del cattivo selvaggio servirono quindi, almeno dal XVI secolo in avanti, le esigenze culturali e politiche dell'Occidente in via di modernizzazione, per il quale "gli Altri", per il fatto stesso di venir "prefigurati" prima ancora che "percepiti", furono caratterizzati da due valenze fondamentali: «il remoto, legato tanto alle condizioni della geografia e della cartografia quanto alla consuetudine d'esaminare con curiosità l'ambiente circostante e alla pratica visiva; e lo straordinario, sotto le sue due valenze essenziali del "mostruoso" e del "paradisiaco"» (Cfr. Affergan 1991, p. 23).

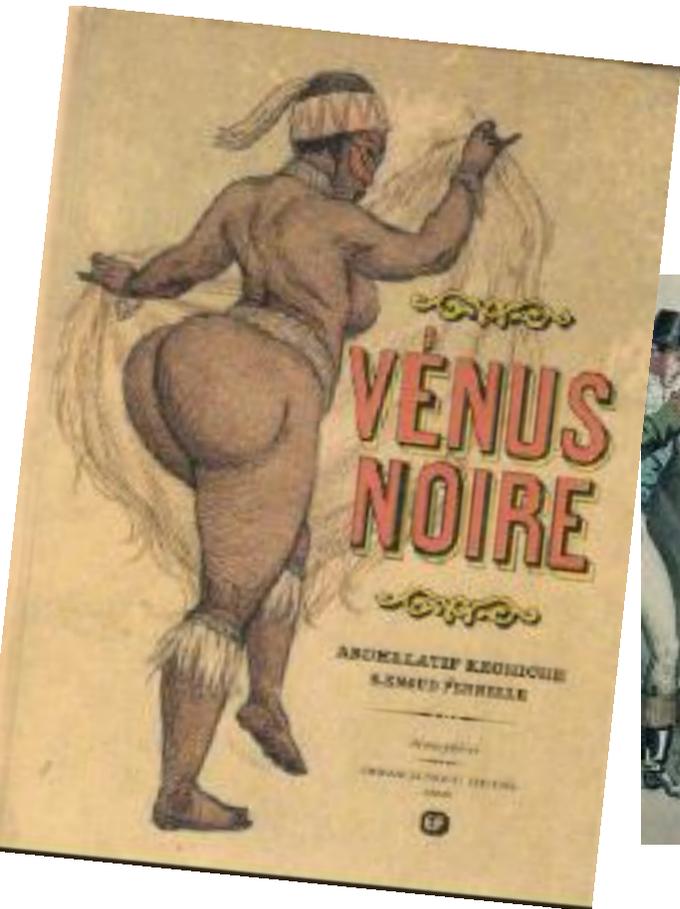
La spettacolarizzazione dell'esotico: gli zoo umani

Il remoto e l'esotico furono percepiti – nelle due forme antitetiche del mostruoso e del paradisiaco – come intrinsecamente “straordinari” e, in quanto tali immediatamente sottoposti alla moderna tensione alla «**spettacolarizzazione**».



La moda degli «**Zoo umani**» fu tipica dell'ottocento, si trattava di luoghi nei quali venivano riprodotti scenari esotici dove gli indigeni potevano esibirsi danzando, cantando e ingaggiando finti combattimenti. Si trattava di spettacoli organizzati da impresari dello spettacolo nelle maggiori città europee oppure in occasione delle esposizioni universali che servivano a magnificare il progresso e dove la presenza dei “selvaggi” forniva palese dimostrazione della superiorità occidentale.

La spettacolarizzazione dell'esotico: gli zoo umani



Se poi all'esotico era associato il mostruoso, questo non faceva che rinforzare la spettacolarità dell'attrazione. Come nel caso della «Venere ottentotta», una donna khoi (etnia dell'Africa del Sud chiamata *hottentot* dai Boeri olandesi) esibita a Londra per le sue peculiarità anatomiche (in particolare mostrava una accentuata steatopigia, cioè delle natiche molto pronunciate) e perché appartenente ad una etnia considerata allora al confine tra uomo e scimmia.

La spettacolarizzazione dell'esotico: i safari umani

Lungi dall'essere l'antico ricordo di un passato lasciato alle spalle, il riprovevole rito dello zoo umano si ripete e si perpetua nel moderno turismo internazionale.

In molti casi, in aree caratterizzate dalla forte attrattività esotica, come ad esempio le isole Andamane, le stesse autorità che dovrebbero proteggere le ultime popolazioni indigene del luogo, aiutano i turisti ad avere un incontro ravvicinato con la "tribù primitiva".



La ong Survivor International [denunciò](#) che, secondo quanto riferito da un operatore turistico ad un giornalista dell'Observer «Andare a vedere gli Jarawa costa fino a 450 euro, di cui 150/230 vanno alla polizia. E occorrono anche alcuni "regali, come frutta e biscotti", necessari per attirare la tribù e convincerla a danzare».

Questi «Safari umani» rappresentano la versione aggiornata degli zoo umani, organizzati ora in contesto autoctono per il diletto del turista e per appagare il suo immaginario neo-esotico.

Quale turismo responsabile?

Come sottolinea Marco Aime, seppur nell'ambito del turismo responsabile l'incontro viene costruito per cercare di offrire al viaggiatore una nuova visione, più approfondita e problematica, su di un piano di maggiore uguaglianza formale, non mancano di emergere «complesse dinamiche a cui non può essere estraneo il dislivello economico e la conseguente percezione del turista, da parte dei locali, come individuo benestante. Volenti o nolenti, animati di tutta la buona volontà del mondo, i turisti fanno parte di un processo di penetrazione dell'Occidente nella terra altrui e non possono evitare di innescare alcuni cambiamenti» (2005, p. 40).

«L'infatuazione del pubblico contemporaneo per la letteratura esotica obbedisce a considerazioni recondite, nascoste nell'immaginario occidentale, come quella di assicurarsi sulla propria superiorità o di confermarsi nelle proprie qualità in rapporto all'altro, in un mondo che vede la trasformazione e la rimessa in discussione di tale superiorità» (Kilani 2011, p. 27).

«...se fossimo animati soltanto dal desiderio di incontrare gli altri potremmo farlo facilmente senza uscire dai nostri confini, dalle nostre periferie» (Augé 2004, p. 51).

Il turismo sostenibile e lo sviluppo: il territorio e la comunità al centro

Il territorio è al centro del discorso sullo sviluppo turistico sostenibile

Territorio (Magnaghi, 2012) = un complesso sistema di relazioni fra comunità insediate e ambiente, di cui il paesaggio antropizzato costituisce l'esito e l'identità percepibile.

Territorialità (Raffestin, 1981) = un insieme di relazioni che una società intrattiene con l'esteriorità e l'alterità per soddisfare i propri bisogni, con l'aiuto di mediatori, nella prospettiva di ottenere la maggiore autonomia possibile, tenendo conto delle risorse del sistema.

Il turismo sostenibile e lo sviluppo: il territorio e la comunità al centro

Per sviluppare dei progetti di turismo sostenibile è necessario ricordare che il territorio è un **sistema complesso** formato da ecosistemi e da sistemi socio-economici.

Per questo, uno sviluppo turistico sostenibile dovrebbe:

- attingere alle **risorse locali**, partire dalle conoscenze e dai saperi locali;
- basarsi sulle specificità del territorio e **rispettarne gli equilibri**;
- creare **nuove sinergie** e progettualità tra i soggetti locali.



Il turismo sostenibile e lo sviluppo: il territorio e la comunità al centro

Il fenomeno turistico interessa direttamente la **comunità locale**. Si va oltre il concetto di stakeholder, poiché, potenzialmente, tutti gli attori della comunità locale possono avere degli interessi e sono condizionati dal fenomeno turistico (scala micro e macro).

La questione della **partecipazione della comunità locale** all'interno dei processi di sviluppo territoriale e all'interno dei processi di sviluppo turistico è fondamentale, per garantire un equo accesso alle risorse del territorio e una più equa redistribuzione dei redditi turistici.

È importante considerare la questione del **capitale sociale territoriale** e, a partire da questo, la capacità dei soggetti del territorio di creare delle reti, per sviluppare eventualmente delle **nuove progettualità**.

Il turismo enogastronomico sostenibile

- Utilizzo di **prodotti locali**, per diminuire l'impatto dei trasporti sull'ambiente e per sostenere gli agricoltori e, più in generale, tutti i produttori locali;
- Possibilità di **incontro tra i produttori locali ed i turisti**, per migliorare l'esperienza turistica (sapere l'origine di un prodotto, conoscerne la storia, etc.) e per ridurre le eventuali ostilità esistenti verso i turisti;
- Soggiorno presso **strutture gestite dai locali**;
- **Riduzione dei consumi di prodotti poco sostenibili** (per es: eccessivo sfruttamento d'acqua o di terreno o sfruttamento del lavoro, come nel caso di alcune piantagioni di caffè);
- Acquisto **in loco** di prodotti locali
- Turismo enogastronomico come **destagionalizzazione**
-?

Il turismo sostenibile e l'ospitalità

- Soggiorno presso **strutture gestite dai locali** (per es: agriturismi, alberghi diffusi);
- Creazione di occasioni «autentiche» di **contatto con la comunità locale**, magari ospitando degli eventi organizzati dagli attori del territorio (per es : mostre fotografiche, gite fuori porta, menu speciali etc.);
- Attenzione alla **sostenibilità ambientale** nell'uso delle risorse del territorio (per es: risorse idriche per fontane o campi da golf, energia sostenibile etc.);
- Predisporre del materiale che sostiene delle **attività organizzate dalla comunità locale** ed evitare di veicolare informazioni mercificate della cultura locale;
- **Evitare la privatizzazione** delle risorse del territorio e garantire **l'equo accesso** a tali risorse per tutti i gruppi sociali;
- ...?

Alcuni casi di turismo enogastronomico
sostenibile e di ospitalità sostenibile

Ecobnb

Ecobnb è una piattaforma che promuove turismo responsabile e a ridotto impatto ambientale, i **soggiorni in strutture ricettive eco-sostenibili, il cibo biologico**, gli itinerari rispettosi dell'ambiente, gli spostamenti non inquinanti, la riscoperta di luoghi vicini ed autentici.

<https://www.youtube.com/watch?v=Au1RewRIWxs>

«Tutto è iniziato qualche anno fa' con **ViaggiVerdi**, la community italiana dedicata al turismo sostenibile. Il progetto è diventato Ecobnb grazie al finanziamento Seed Money 2014 di Trentino sviluppo e al co-finanziamento Europeo EcoDots dedicato a progetti di turismo sostenibile».



Ecobnb (esempio)

Weekend in Val d'Arno alla scoperta dell'antica pratica della trasformazione del formaggio a latte crudo, metodo ancora usato da pochi coraggiosi casari.

Il Poderaccio in collaborazione con l'Az. Agr. Biologica La Torraccia vi invita a trascorrere due giorni immersi nella natura durante i quali potrete assistere e partecipare ad una dimostrazione di caseificazione di pecorino biologico a latte crudo, seguita da relativa degustazione

L'offerta comprende:

pernottamento di 2 notti in appartamento

cestino della colazione di prodotti aziendali e locali

biologici

dimostrazione caseificazione e degustazione formaggi

pecorini biologici a latte crudo, accompagnati da pane

fatto in casa e vino biologico locale

Nel pomeriggio potrete visitare l'allevamento di pecore di razza sarda e il caseificio artigianale dell'Azienda biologica La Torraccia e acquistare i prodotti degustati.



Altimetrie

Altimetrie rappresenta un nuovo brand volto a **promuovere a fini turistici le eccellenze enogastronomiche del territorio.**

Il progetto è in corso di realizzazione e vede come protagonisti, nell'ambito dell'Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese, due realtà formate da giovani (Officina15 e Geopark) che intendono promuovere il territorio appenninico tramite la **condivisione di spazi e la realizzazione di proposte culturali.**



Casitas de Pescadores, Majorca

Le Casitas de Pescadores sono all'interno del progetto di albergo diffuso e sviluppo comunitario di un villaggio di pescatori maiorchino abbandonato da diversi decenni.

Dopo una lunga lotta contro la volontà di interessi privati di trasformare questi terreni in piantagioni intensive, le Casitas sono state recuperate e ristrutturate e sono ora alimentate da fonti di energia rinnovabile.

Gli ospiti delle Casitas hanno la possibilità di consumare prodotti biologici locali a km0.



Un Paese e Cento Storie

Questo progetto, nato nel 2005, intende **promuovere e raccontare il territorio** tra Marche, Romagna e Montefeltro attraverso lo sguardo di chi lo abita.

In particolare, vengono offerte delle **esperienze enogastronomiche** direttamente nelle case delle persone che hanno voglia di raccontare la loro storia e la storia dei prodotti del territorio. In questo modo, gli ospiti possono avvicinarsi maggiormente alla cultura locale e conoscere in maniera alternativa la storia culinaria del territorio.

«Una rete fondata sulla condivisione di valori, che **opera secondo principi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica**, lavorando per rendere sempre più bella e forte la propria comunità locale»

<https://www.youtube.com/watch?v=ezFYHNMJPIQ>



We Hostel

L'ostello si trova a Bologna e sorge in **un'ex-area industriale recuperata**. La struttura fa parte infatti di un progetto di recupero di un vecchio edificio adibito ad alloggi per i ferrotramvieri.

L'ostello, ospitando sia turisti sia studenti, promuove la reciproca conoscenza e diverse **attività di tipo artistico-culturale**, come convegni, dibattiti, concerti e workshop. In questo modo, l'ostello rappresenta anche un'importante opportunità di **rivitalizzazione del quartiere**, caratterizzato dalla mancanza di servizi, soprattutto per il tempo libero.

Per la prima colazione l'ostello fornisce la possibilità di consumare dei **prodotti locali biologici**. Viene inoltre data la possibilità di noleggiare delle **biciclette** in loco.

