

## Un turismo sostenibile

Giancarlo Marchetti

*Le Agenzie ambientali, avendo come compito istituzionale la protezione del territorio, contribuiscono in modo consistente allo sviluppo del turismo sostenibile*

In un mondo in cui la globalizzazione guida i processi di sviluppo dei popoli e le distanze si accorciano, la risorsa turismo viene sempre più considerata strategica dagli economisti e, quindi, al centro delle politiche dei vari governi internazionali.

Secondo le statistiche del World Tourism Organization (WTO), il movimento degli arrivi è a livello mondiale di circa 700 milioni di unità anno, 127 milioni sono gli occupati nel mondo, con un fatturato pari al 6% del Pil del pianeta (anno 2002). Un fenomeno quindi complesso, le cui conseguenze in termini di impatto ambientale, ma anche culturale, sociale ed economico, non possono essere ignorate. Come valutazione di carattere politico va considerato che l'impatto delle strutture e del movimento turistico nei paesi del sud del mondo è spesso devastante, in quanto il disagio sociale dovuto al fenomeno turismo di massa nella maggioranza dei casi non è compensato da un'equa redistribuzione del reddito generato. Inoltre, le possibilità di interscambio fra i turisti e le popolazioni locali sono fittizie e limitate e non accrescono quindi culturalmente né i fruitori né gli ospitanti. L'esame del movimento turistico mondiale, ripartito per aree continentali, mostra l'Europa ancora leader del turismo mondiale, anche se con un ridotto primato: nel 1960 si registravano nel vecchio continente due terzi del movimento di persone, nel 2000 la percentuale è scesa al 59%. Il turismo europeo sembra quindi avviarsi ad uno stadio di maturità, insidiato dalla concorrenza dei nuovi paesi dell'Est e dell'Estremo Oriente.

### IL TURISMO IN ITALIA

Nel contesto europeo il ruolo svolto dall'Italia è innegabile, sia per disponibilità di risorsa fruibile, sia per tradizione, sia per manifesta volontà delle politiche nazionali e locali, soprattutto a fronte delle crisi che investono altri comparti produttivi. Il fatturato dell'industria del turismo nel nostro paese è di circa 70 miliardi di euro (dati 2003) con un'incidenza sul Pil del 5,4% circa; l'occupazione generata dai consumi, tra diretta e indiretta,

è di circa 2.250.000 unità pari ad una quota del 9,8% sull'occupazione totale nazionale. Da considerare, inoltre, che negli ultimi anni (2000-2003) abbiamo perso tre milioni di turisti stranieri, con un saldo negativo di quasi 4 miliardi di euro annui (fonte Eurispes 2004). Il modo come, a partire dal dopoguerra, ci si è atteggiati nel nostro paese nei confronti di questa vocazione e delle risorse che la determinano si potrebbe, forse un po' semplicisticamente, definire di altalenante conflitto tra modernizzazione e conservazione; basti in proposito richiamare, da un lato, le distruzioni paesaggistiche e gli inquinamenti prodotti dall'urbanizzazione e dallo sviluppo industriale del boom economico, d'altro lato il freno indotto, a pur importanti scelte di infrastrutturazione, dai valori paesaggistici e dai patrimoni archeologici e artistici in genere che si volevano preservare. Si tratta di un conflitto che, soprattutto in tempi più recenti, ha assunto toni accesi e ha determinato anche forme di immobilismo, senza per questo introdurre più adeguate garanzie di preservazione di quei beni che ne erano all'origine.

**Il fatturato dell'industria del turismo in Italia è di circa 70 miliardi di euro con un'incidenza sul Pil del 5,4% circa**

Negli ultimi anni, però, dopo la Conferenza di Rio de Janeiro sullo sviluppo sostenibile e le pressioni esercitate dagli ambientalisti e con lo sviluppo, attraverso le Agende 21, della partecipazione della società civile alle scelte programmate che interessano l'ambiente, è nata la consapevolezza che la peculiarità del nostro territorio, volendo promuovere il turismo, va preservata e valorizzata perché costituisce la risorsa per noi più conveniente e spendibile. Consci dell'importanza che il turismo ha per l'Italia, siamo stati pronti ad accogliere sollecitazioni che altre culture, europee soprattutto,

hanno posto sul tema del turismo sostenibile, ovvero di un turismo che soddisfi le aspettative economiche e le esigenze ambientali e che rispetti non solo la struttura fisica e sociale del paese ma anche le istanze delle popolazioni locali. Inoltre, la sostenibilità del turismo inteso come attività produttiva al pari di altre, chiama in causa sia il consumatore come fruitore dell'offerta, sia l'imprenditore che la determina: il primo deve crescere, come giustamente propongono alcune associazioni, in consapevolezza, così da qualificare la domanda anche sul piano culturale, il secondo deve garantire un'offerta che preservi dal depauperamento.

Le Conferenze mondiali sul turismo sostenibile, da Lanzarote in Spagna del 1995 a quella di Rimini del 2001, la proclamazione delle Nazioni Unite del 2002 quale anno internazionale dell'ecoturismo, la Comunicazione della Commissione europea al parlamento sugli orientamenti di base per la sostenibilità del turismo europeo del novembre 2003, e per ultimo il Forum europeo sul turismo con la partecipazione dei 25 Stati membri dell'UE di Budapest del 2004 sono alcuni dei momenti in cui si è discusso delle sfide e degli obiettivi del turismo sostenibile. A Budapest è stato chiesto alla Commissione e al Parlamento europeo, agli Stati membri e alle parti socio-economiche interessate di monitorare e continuare a sostenere lo sviluppo delle nuove tendenze relative al turismo sostenibile (economicamente, socialmente e dal punto di vista ambien-

tale) e di aumentare la consapevolezza degli impatti positivi che il turismo sostenibile può avere sulla vita, cultura, natura economia e occupazione. Sul tema del turismo sostenibile è opportuno chiedersi quale contributo può fornire il Sistema delle Agenzie ambientali in accordo con il Governo nazionale e le Regioni e in relazione alle attività di prevenzione, informazione, formazione, controllo che derivano dall'espletamento dei propri compiti istituzionali. Innanzitutto la prevenzione ambientale, quale attività strategica perseguita dalle Agenzie come proprio contributo a sostegno dello sviluppo sostenibile; questo, sia perché prevenire danni sull'ambiente è garanzia per la sicurezza e la salute della popolazione che in quell'ambiente vive e lavora, sia perché prevenzione vuol dire anche diffusione di nuovi strumenti normativi comunitari che hanno l'obiettivo di promuovere processi motivazionali, partecipativi, di adesione consapevole ad uno sviluppo eco-compatibile, contribuendo di fatto all'eliminazione dei conflitti sociali in campo ambientale. Per cui l'impegno delle Agenzie ambientali dovrà essere rivolto principalmente:

- a diffondere, d'intesa con altri soggetti istituzionali, le norme comunitarie che promuovono i sistemi di gestione ambientale fondati sull'adesione volontaria delle organizzazioni alle buone pratiche di sostenibilità ambientale (EMAS e ECOLABEL in primo luogo, ma anche l'IPP, la politica integrata dei prodotti e dei servizi);

- a promuovere, in collaborazione con altri enti, strumenti orientati a sviluppare, in tutte le componenti del contesto sociale e istituzionale, la partecipazione ai vari processi dello sviluppo sostenibile (Agenda 21, contabilità ambientale, sviluppo di indicatori di sostenibilità,). La promozione di tali processi è stata riconosciuta dalla Giunta regionale dell'Umbria tra gli obiettivi prioritari dell'Agenzia di protezione ambientale, anche in relazione al ruolo strategico attribuito alla "filiera ambiente - turismo - cultura". Notevole è stato l'impegno profuso in questi anni dall'Agenzia per la promozione di Sistemi di gestione ambientale presso le imprese umbre e anche nei piccoli comuni con il sostegno delle Associazioni di categoria e dell'AnCI regionale. Attualmente, sono in fase di realizzazione progetti di supporto alle aziende umbre interessate ad ottenere la registrazione Emas, mentre sono state avviate attività di collaborazione con gli impianti di tricotitura della Valnerina ed alcuni piccoli comuni umbri che stanno implementando sistemi di gestione ambientale. Inoltre, sono state realizzate alcune iniziative volte alla promozione del marchio Ecolabel per il servizio di ricettività turistica presso le imprese del settore, in particolare attraverso la diffusione di materiale divulgativo, l'organizzazione di convegni, la collaborazione con singole strutture interessate e la redazione di una guida tecnica di ausilio per le strutture ricettive umbre che si accingono ad ottenere il marchio.

