

**ORGANIZZAZIONE  
E PIANIFICAZIONE DELLE  
ATTIVITÀ  
ECOTURISTICHE:  
PRINCIPI ED ESPERIENZE**

**a cura di  
Francesco Morandi  
Federico Niccolini  
Daniela Marzo  
Massimo Sargolini  
Alessio Tola  
Antonio Usai**

**FrancoAngeli**

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.







**ORGANIZZAZIONE  
E PIANIFICAZIONE DELLE  
ATTIVITÀ  
ECOTURISTICHE:  
PRINCIPI ED ESPERIENZE**

**a cura di  
Francesco Morandi  
Federico Niccolini  
Daniela Marzo  
Massimo Sargolini  
Alessio Tola  
Antonio Usai**

**FrancoAngeli**

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

<b>Prefazione</b>	pag.	9
<b>Introduzione. Alla ricerca di modelli di sviluppo turistico responsabile, di Federico Niccolini</b>	»	11
<b>1. Il fenomeno ecoturistico: concetti di base</b>	»	13
1.1. Turismo ed economia, di <i>Federico Niccolini e Daniela Marzo</i>	»	13
1.2. Turismo sostenibile, responsabile ed ecoturismo, di <i>Francesco Morandi</i>	»	17
1.3. Ecoturismo e aree protette, di <i>Federico Niccolini</i>	»	23
1.3.1. Aree protette: definizione e finalità	»	24
1.3.2. Aree protette ed ecoturismo	»	29
1.4. Ecoturismo e turismo sostenibile in ottica europea, di <i>Massimo Sargolini</i>	»	31
1.4.1. La dimensione naturalistica	»	31
1.4.2. La dimensione culturale	»	32
1.4.3. La dimensione rurale	»	33
<b>2. La metodologia</b>	»	34
2.1. Il quadro teorico ed operativo della ricerca, di <i>Daniela Marzo</i>	»	34
2.2. Buone pratiche nell'ecoturismo: definizione e principali finalità, di <i>Federico Niccolini</i>	»	35
2.3. I criteri di valutazione delle buone pratiche, di <i>Daniela Marzo e Federico Niccolini</i>	»	38

<b>3. Le buone pratiche nel settore dell'ecoturismo</b>	pag. 43
3.1. I casi di studio selezionati: un quadro di riferimento generale, di <i>Daniela Marzo e Federico Niccolini</i>	» 43
3.2. La creazione di un'offerta ecoturistica integrata: dare priorità all'organizzazione ed al management, di <i>Federico Niccolini</i>	» 48
3.2.1. Organizzazione e sviluppo dell'ecoturismo	» 48
3.2.2. La visione integrata e sistemica dell'offerta ecoturistica	» 53
3.3. Strategia e approccio sistemico, di <i>Daniela Marzo</i>	» 55
3.3.1. Il processo strategico	» 56
3.3.2. Aspetti chiave nella gestione di un sistema ecoturistico	» 57
3.3.3. La sfida "nuova" delle aree marine protette	» 62
3.4. Raccordo con il sistema della pianificazione e della programmazione ordinaria e di settore, di <i>Massimo Sargolini</i>	» 66
3.4.1. Il ruolo del piano per il parco	» 69
3.5. Ecoturismo senza frontiere: la dimensione transfrontaliera, di <i>Daniela Marzo</i>	» 73
3.6. La prospettiva sistemica nelle strategie di sviluppo ecoturistico, di <i>Francesco Morandi e Federico Niccolini</i>	» 78
<b>4. Strumenti di management per il turismo eco sostenibile: i sistemi di gestione ambientale, di Alessio Tola</b>	» 82
Introduzione	» 82
4.1. Gli standard per la gestione ambientale	» 84
4.2. Il Regolamento CE 1221/2009, EMAS III: i <i>Key Performance Indicators</i> (KPI)	» 87
4.3. Vantaggi competitivi per gli operatori dotati di SGA	» 92
4.4. I sistemi di gestione ambientale nei parchi naturali	» 94
4.5. Nuovi scenari per applicazione dell'EMAS: i soggetti gestori pubblico-privati	» 97
4.6. La Politica Ambientale dell'Area Marina Protetta di Tavolara – Punta Coda Cavallo	» 98
<b>5. Il prodotto eco turistico: le destinazioni eco-customer oriented, di Antonio Usai</b>	» 104
5.1. La differenziazione dell'offerta turistica: il prodotto eco turistico	» 104



5.1.1. Le caratteristiche del prodotto eco turistico: la componente di immagine, emozionale e sensitiva	pag. 109
5.1.2. Il sistema di offerta nel mercato turistico: un marketing “mix eco sostenibile”	» 113
5.1.3. Un prodotto eco turistico attrattivo: il case history dell’Area Marina Protetta di Tavolara-Punta Coda Cavallo	» 122
5.2. La customer satisfaction nel settore eco turistico: le rilevazioni di sistema e le percezioni del turista	» 132
5.3. Destination brand e comunicazione turistica: il valore aggiunto per il territorio. Le buone pratiche italiane	» 137

## **Appendici**

Appendice A: L’ecoturista. Un profilo comportamentale	» 149
Appendice B: La classificazione internazionale delle aree protette (Categorie IUCN)	» 150
Appendice C: Le buone pratiche “certificate”	» 152
Appendice D: Box di sintesi dei casi di studio	» 157

<b>Bibliografia</b>	» 165
---------------------	-------

<b>Sitografia</b>	» 174
-------------------	-------

<b>Gli autori</b>	» 175
-------------------	-------



## *Prefazione*

Il presente volume è il frutto di un lavoro di ricerca volto a fornire conoscenze e spunti metodologici per l'organizzazione e la pianificazione delle attività ecoturistiche, ossia per “gestire le risorse e i visitatori oggi, affinché anche domani i visitatori possano sperimentare la qualità del territorio, e i valori della conservazione che questi territori rappresentano (IUCN, 2002: 1)”.

Una gestione efficiente ed efficace delle attività ecoturistiche dipende in larga misura dalle competenze che le organizzazioni coinvolte sono in grado di mettere in campo. Per tale ragione, questo lavoro intende focalizzare l'attenzione sull'approfondimento di alcuni aspetti chiave correlati alle competenze distintive che sono maggiormente coinvolte nello sviluppo del settore ecoturistico.

Il volume si rivolge non solo alla comunità scientifica, ma anche ai manager e alle varie professionalità impegnate nell'organizzazione e gestione delle attività ecoturistiche, con particolare riferimento a quelle sviluppate nelle aree protette. Esso dunque è destinato principalmente a coloro che rivestono ruoli chiave nelle attività di gestione e conservazione delle risorse naturali e culturali che costituiscono le attrazioni ecoturistiche primarie.

L'output della ricerca può, inoltre assolvere anche una funzione formativa mostrando (attraverso l'individuazione di principi di valenza internazionale e di esperienze sul campo) come un orientamento alla gestione delle attività turistiche maggiormente responsabile possa produrre elevate performance dal punto di vista economico e sociale, ponendo contemporaneamente attenzione alla conservazione del patrimonio naturale e culturale di un territorio e alla custode satisfaction dei turisti.

Un target a cui lo studio è rivolto è quindi quello dei decisori politici, in particolar modo chi è responsabile della formulazione e approvazione delle strategie turistiche a livello locale, regionale, nazionale e anche transfronta-

liero. Il presente lavoro potrebbe infatti essere utile a quegli amministratori e professionisti impegnati nell'organizzazione, pianificazione e gestione delle attività ecoturistiche, in particolare ai decision maker che lavorano nel settore delle aree protette, le quali costituiscono spesso il contesto privilegiato su cui fondare e implementare le strategie di sviluppo ecoturistico.

Target aggiuntivi sono, inoltre, le imprese direttamente impegnate nella filiera ecoturistica ed indirettamente anche i turisti.

# *Introduzione. Alla ricerca di modelli di sviluppo turistico responsabile*

*di Federico Niccolini*

L'organizzazione efficiente dei beni naturali e culturali e delle attività turistiche collaterali e la gestione scientifica e responsabile degli stessi sono attività che hanno un ruolo molto importante nella società attuale. Tali attività sono un elemento vitale per lo sviluppo economico di località, regioni e nazioni, in particolare di quelle ricche di beni ambientali, culturali, paesaggistici, storici e artistici, come l'Italia e l'Europa più in generale. Il turismo naturalistico e del patrimonio identitario rappresenta, infatti, una componente sempre più solida e strutturale nelle dinamiche sociali ed economiche non solo italiane, ma dell'intero vecchio continente.

La globalizzazione e le continue trasformazioni hanno generato una rapida evoluzione anche nel settore delle organizzazioni turistiche. I cambiamenti in atto, in particolare quelli successivi alla crisi del 2008 e tuttora in corso, richiedono una riflessione più approfondita sugli effetti, positivi e negativi, che il fenomeno turistico può generare sulla società. L'attenzione ai temi dell'etica e della responsabilità sociale (Carroll, 1999, 2009; Carroll e Buchholtz, 2011; Fisher, 2004; Freeman, 1984; Freeman e Velamuri, 2006) ha alimentato in maniera rilevante il dibattito accademico, ponendo importanti interrogativi anche con riferimento allo sviluppo economico (Meadows, Meadows e Randers, 2006; Latouche, 2007) e turistico. La ricerca di modelli di sviluppo turistico sostenibile o responsabile è ritenuta urgente e necessaria da ben più di un decennio.

Le attività turistiche sono capaci di generare effetti altrettanto profondi sulle dimensioni economiche, sociali, ecologiche e culturali. Il turismo può impattare in modo critico su tali dimensioni, come dimostrano le dinamiche di disagio sociale e di degrado ambientale che si sono registrate in alcune località soggette a uno sviluppo iperstagionalizzato di massa. Il turismo può, però, portare anche a una rivitalizzazione economica, sociale e culturale, in particolare per alcune aree che, per la loro morfologia (ad esempio,

le isole o le zone montane) o per altre ragioni, non sono state interessate da investimenti industriali per la produzione di massa (industriale o agricola), e pertanto, sono divenute “marginali” dal punto di vista socio-economico (Niccolini, 2005: 130).

La finalità principale di questo studio è quella di effettuare un’analisi organizzativa di uno di quei segmenti turistici che fino ad oggi è stato capace di generare nelle aree di destinazione i maggiori benefici in un’ottica sistemica: gli indispensabili benefici sull’economia, ma anche quelli sull’ambiente naturale, sulla cultura e sulla società. Si tratta di quel segmento che è definito, in varie accezioni, con il termine “ecoturismo”. Lo studio, dunque, si propone di individuare particolari esperienze di successo sotto i profili dell’organizzazione e del management delle attività turistiche, che hanno generato impatti positivi dal punto di vista sociale, economico, ecologico e culturale su quei territori che hanno una particolare vocazione ecoturistica. Lo studio vuole fornire alcuni principi teorici per l’organizzazione e il management delle attività ecoturistiche.

La prospettiva di analisi che guida il lavoro è orientata ad armonizzare fonti di conoscenza internazionali in tema di turismo – quali United Nations World Tourism Organization (UNWTO), World Travel & Tourism Council (WTTC) – e di ecoturismo – come l’Unione Internazionale per la Conservazione della Natura (IUCN), altre più esperienziali di tipo locale e altre ancora organizzative a carattere più teorico. La ricerca muove da un’analisi organizzativa di alcune benchmark realities nel campo dell’ecoturismo, con particolare riguardo ai contesti dove tale forma di turismo si è sviluppata con maggior successo: le aree protette. Una particolare attenzione è stata rivolta anche all’analisi delle attività produttive collaterali ecosostenibili.

La filosofia più generale che orienta il lavoro è quella che vede le attività ecoturistiche come un volano o un laboratorio organizzativo cui l’intero settore del turismo può guardare per svilupparsi in un’ottica più sostenibile, o – come sarà osservato in seguito – responsabile, per armonizzare dinamiche di miglioramento degli standard socio-economici e valorizzazione delle risorse naturali e culturali delle comunità locali.

# *1. Il fenomeno ecoturistico: concetti di base*

## **1.1. Turismo ed economia**, di *Federico Niccolini e Daniela Marzo*

Le organizzazioni turistiche svolgono un ruolo sempre più importante nell'economia italiana, europea e mondiale.

Il turismo rappresenta, infatti, da decenni uno dei settori economici maggiormente in crescita a livello mondiale. L'UNWTO (2010) ha registrato un trend degli arrivi internazionali nel mondo in continua crescita dal 1950 al 2010 (da 25 ad oltre 900 milioni di viaggiatori), fatta eccezione per la flessione registrata nel 2009.

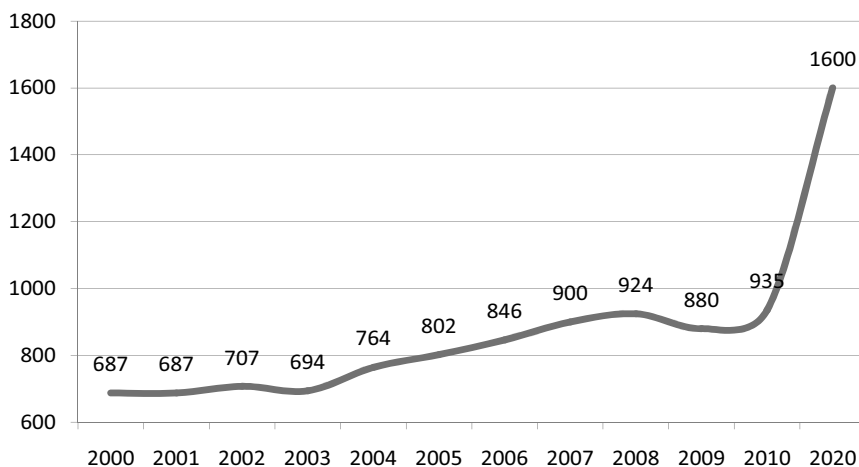
Gli esperti, supportati dai dati del 2010 (che superano nuovamente quelli del 2008) e dei primi sei mesi del 2011 (è stato rilevato un 4,5% in più rispetto allo stesso periodo del 2010; UNWTO, 2011), interpretano il dato del 2009 come un fenomeno contingente, legato alla crisi economica che ha avuto inizio nel 2008. L'UNWTO, nonostante il perdurare del clima di instabilità economica, prevede una crescita considerevole per il prossimo decennio, con una stima di arrivi annui dell'ordine di 1,6 miliardi di persone per il 2020 (fig. 1).

Anche il World Travel & Tourism Council (WTTC) prevede che il settore dei viaggi e del turismo continuerà a crescere per importanza come uno dei settori a più alta priorità nel mondo, con un ruolo guida non solo nell'economia globale, ma anche nella società, per gli effetti sull'occupazione e sui fenomeni di importanza planetaria, come la diminuzione della povertà.

L'andamento del turismo internazionale suddiviso per continente, evidenzia come l'Europa sia la meta più visitata.

Pur con sensibili differenze in funzione dei metodi di raccolta e classificazione dei dati, le varie fonti statistiche sono, infatti, concordi nel posizionare l'Europa come la prima destinazione al mondo con una percentuale di arrivi internazionali sul totale mondiale dell'ordine del 40% (European Commission, 2010) – 50% (ENIT, 2008) (tab. 1 e fig. 2).

Fig. 1 – Arrivi internazionali nel mondo (milioni)



Fonti: ENIT, 2009; UNWTO, 2010, 2011.

I 266 miliardi di euro direttamente generati nel 2008, di cui ben 75 derivanti da flussi incoming provenienti da paesi esterni all’Unione, evidenziano un rilevante impatto sull’economia. L’effetto economico è mostrato ancor più chiaramente dall’incidenza diretta del turismo sul prodotto interno lordo e sul tasso di occupazione, che sono pari rispettivamente al 5 e al 5,2%, dato che raddoppia se si valutano gli effetti indiretti sui settori “attivati” (Commissione Europea, 2010).

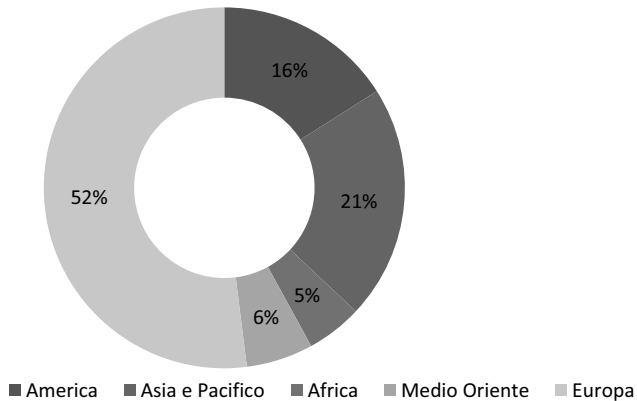
Tab. 1 – Andamento del turismo internazionale (2000-2008)

	Arrivi (milioni)			
	2000	2005	2007	2008
Mondo	682	805	908	924
Europa	392,4	441,6	488	488,5
Asia e Pacifico	109,3	154,7	185,4	188,3
America	128,2	133,4	142,5	147,6
Africa	27,9	37,3	44,9	46,9
Medio Oriente	24,4	37,8	47,5	52,9

Fonte: ENIT, 2008.



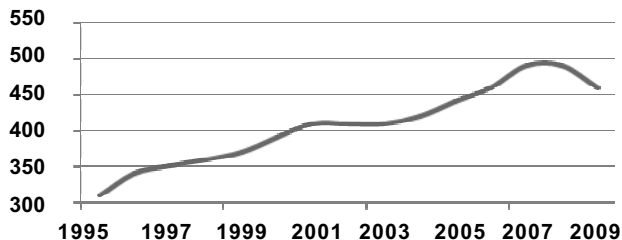
Fig. 2 – Percentuali arrivi internazionali per continente (2009)



Fonte: ENIT, 2009.

Le considerazioni sull'andamento del turismo fatte a livello mondiale valgono anche per l'Europa, che pur avendo subito nel 2009 una flessione consistente (-5,6%), ha mostrato dei forti segnali di ripresa nel 2011 (stime del UNWTO) con un incremento del 5,8%.

Fig. 3 – Andamento arrivi internazionali in Europa



Fonti: ENIT, 2007, 2008, 2009.

Il turismo europeo si trova dunque a dover fronteggiare numerose sfide che, se affrontate con una vision lungimirante possono generare opportunità importanti. Sicuramente il turismo europeo non può trascurare le dinamiche sociali, politiche e culturali globali, in particolare l'aumento della concorrenza dei paesi emergenti. Altri fattori da considerare nella strategia turistica europea sono i mutamenti nelle abitudini e nelle aspettative dei turisti, i cambiamenti climatici e i rischi per il patrimonio naturale e culturale causati dal turismo di massa. Rispondere alle sfide del turismo attuale significa

dunque per l'Europa incentivare un turismo sostenibile e di qualità in grado di far leva sulle peculiarità paesaggistiche, naturalistiche e culturali (COM 352/2010).

Anche per l'Italia le attività turistiche hanno un impatto significativo nelle dinamiche socio-economiche, come mostrano – ancora con sensibili differenze secondo le fonti, i dati statistici. Nel 2009 l'Italia ha registrato introiti monetari derivanti dal turismo superiori a 40 miliardi di dollari (ENIT, 2009). Le stime del World Tourism and Travel Council (WTTC) per il 2011, vedono l'Italia all'ottavo posto nella classifica mondiale dei proventi da attività turistiche, con una previsione di entrate di 64 miliardi di dollari.

Meno decisiva, ma sempre rilevante, l'incidenza percentuale del turismo sul prodotto interno lordo e sull'occupazione. Al riguardo, secondo il WTTC, l'Italia è al 91° nella classifica mondiale per l'incidenza diretta e al 90° posto in quella indiretta. Secondo l'ENIT, nel 2009 il turismo ha inciso per quasi il 5% sul italiano, incidenza che sale a quasi il 10% sull'occupazione (OECD 2009).

*Tab. 2 – Sintesi dell'incidenza del settore turistico sul PIL e sull'occupazione (2011)*

<i>Contributo diretto del turismo sul PIL nazionale</i>			<i>Contributo totale del turismo sul PIL nazionale e</i>		
<i>Posizione nazionale a livello mondiale</i>			<i>Posizione nazionale a livello mondiale</i>		
	<i>Ricavi (USD x10<sup>9</sup>)</i>	<i>% sul PIL</i>		<i>Ricavi (USD x10<sup>9</sup>)</i>	<i>% sul PIL</i>
Italia	64,29 (8°)	3,24 (91°)	Italia	170,49 (8°)	8,59 (90°)
Media mondiale	15,68	5,12	Media mondiale	47,43	13,87
<i>Contributo diretto del turismo sull'occupazione</i>			<i>Contributo totale del turismo sull'occupazione e</i>		
<i>Posizione nazionale a livello mondiale</i>			<i>Posizione nazionale a livello mondiale</i>		
	<i>Tot. Occupati (x10<sup>3</sup>)</i>	<i>% sul tot.</i>		<i>Tot. Occupati (x10<sup>3</sup>)</i>	<i>% sul tot.</i>
Italia	853,4 (18°)	3,7 (77°)	Italia	2209,7 (18°)	9,7 (80°)
Media mondiale	795,6	5,2	Media mondiale	2002,3	13,6

Fonte: WTTC, 2011.

I dati dunque evidenziano come il turismo rappresenti oggi un settore in continua crescita che riveste un ruolo strategico per lo sviluppo dell'economia e della società europea e italiana. Le statistiche rapportate alle medie mondiali mostrano anche la presenza di margini di miglioramento nell'utilizzo delle potenzialità del settore.

In questo quadro, l'ecoturismo, soprattutto se in sinergia con altre forme di turismo sostenibile, potrebbe rappresentare uno dei segmenti con una maggiore potenzialità di orientamento dell'intero settore verso un approccio volto a promuovere un maggior livello di business ethic e di corporate social responsibility, con particolari effetti benefici in termini di dinamiche di sviluppo economico duraturo, di miglioramento delle condizioni di vita sociali e di rafforzamento degli standard di conservazione dell'ambiente naturale. Le organizzazioni ecoturistiche possono quindi svolgere un ruolo decisivo per trainare un intero settore e con esso anche parte dell'economia verso assetti più socialmente responsabili. È quindi fondamentale capire come sia definito a livello internazionale il fenomeno ecoturistico e quale sia l'impatto che alcune variabili organizzative (e interorganizzative) possano avere sulla performance dei sistemi di aziende ecoturistiche.

## **1.2. Turismo sostenibile, responsabile ed ecoturismo, di *Francesco Morandi***

L'ecoturismo può essere metodologicamente inquadrato nell'ambito di quelle forme di turismo che sono orientate alla sostenibilità o alla responsabilità sociale. All'ecoturismo è riconosciuto in campo internazionale "un ruolo pionieristico e [addirittura] paradigmatico nel muovere l'intera industria turistica nella direzione degli standard di sostenibilità" (UNWTO, 2003). Il turismo sostenibile ha conosciuto una significativa diffusione negli ultimi decenni e si pone in chiara alternativa, anche per la filosofia che lo caratterizza, rispetto all'impostazione classica del turismo di massa, meno attento alla conservazione delle risorse naturali del territorio.

Appare dunque essenziale per l'illustrazione delle buone pratiche, approfondire la spiegazione di concetti chiave attinenti il settore del turismo sostenibile.

Il concetto di turismo sostenibile deriva direttamente da quello più generale di "sviluppo sostenibile". Tale filosofia di pensiero trae le sue origini già alla fine dell'ottocento, dalle osservazioni di alcuni illuminati personaggi (quali George Perkins Marsh o Frederick Hyden, il fondatore del primo parco nazionale), che ravvisavano l'esigenza di "tenere vive" le ricchezze paesaggistiche e ambientali per le generazioni future, obiettivo che lo sviluppo industriale spesso comprometteva. La definizione di sviluppo sostenibile più utilizzata a livello internazionale è quella stilata nel Rapporto "Our Common Future", dalla così detta Commissione Brundtland. In tale lavoro lo sviluppo è considerato sostenibile quando "soddisfa i bisogni del presente, senza compromettere la possibilità per le future generazioni di far fronte ai loro" (WCED, 1987: 71).

Lo **sviluppo sostenibile** è quel tipo di sviluppo che soddisfa i bisogni del presente, senza compromettere la possibilità per le future generazioni di far fronte ai loro bisogni (WCED, 1987: 71).

La Carta di Lanzarote sul Turismo Sostenibile del 1995, sancisce i principi base dello sviluppo sostenibile, definendone le priorità e gli obiettivi<sup>2</sup> e, sicuramente migliora la definizione del Rapporto Brundtland, assegnando una prospettiva meno passiva al concetto di sviluppo. L'ottica difensiva di "non compromettere" i diritti delle generazioni future è qui sostituita con quella più proattiva di "migliorarli e accrescerli" (Niccolini, 2008: 99). Questa definizione, che supera concettualmente la prospettiva della Commissione Brundtland, potrebbe essere inquadrata meglio nel concetto di responsabilità, rispetto a quello di sostenibilità. Il turismo cui fa riferimento la Carta di Lanzarote, oltre ad essere sostenibile, è anche responsabile.

La Carta di Lanzarote afferma che affinché il turismo diventi promotore dei principi della sostenibilità occorre che soddisfi

"le esigenze attuali dei turisti e delle regioni d'accoglienza, tutelando nello stesso tempo e migliorando le prospettive per il futuro. Esso deve integrare la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte, mantenendo allo stesso tempo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e i sistemi viventi" (WTTC/UNWTO, 1996).

Il **turismo responsabile** è quel tipo di turismo che soddisfa le esigenze attuali dei turisti e delle regioni d'accoglienza, prevedendo migliorate per il futuro le condizioni socio-economiche e rafforzando al contempo l'integrità culturale, i processi ecologici, la diversità biologica e i sistemi viventi (rielab. WTTC/ UNWTO, 1996).

Secondo l'UNWTO, dunque, lo sviluppo sostenibile o responsabile, non comporta una protezione stretta dell'ambiente naturale che rifiuti ogni prospettiva di progresso economico. L'essenza del turismo sostenibile mira a

<sup>2</sup> Tra i documenti di riferimento dei principi della sostenibilità turistica ricordiamo anche la Dichiarazione di Montreal del 1996, l'Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry del 1995, la Dichiarazione di Berlino del 1997, la Dichiarazione di Calvià del 1997, la Dichiarazione di Manila sull'impatto sociale del turismo nel 1997, il Global Code of Ethics for Tourism di Santiago del Cile del 1999, la Carta di Rimini del 2001, la Dichiarazione di Quebec del 2002 e la Dichiarazione di Djerba del 2003.

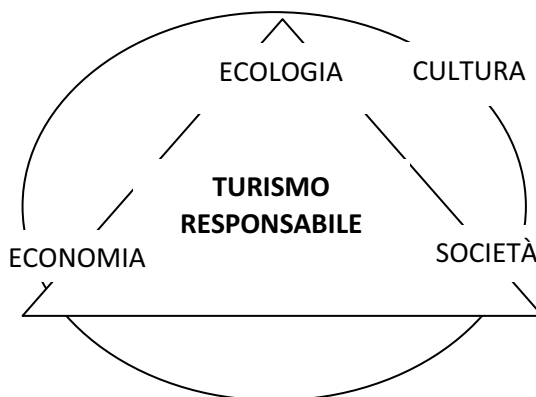
integrare la crescita economica con la salvaguardia dei beni naturali e culturali. In quest'ottica, dunque, si pone anche il Codice Mondiale di Etica del Turismo che, all'articolo 3 invita gli attori del settore turistico ad impegnarsi “nella salvaguardia dell'ambiente e delle risorse naturali, al fine di promuovere una crescita economica sana, costante e sostenibile, tale da soddisfare in modo equo le necessità e le aspirazioni delle generazioni presenti e future” (UNWTO, 2001).

Orientamenti lungimiranti alla sostenibilità e alla responsabilità sociale possono, in particolare, avere anche importanti effetti per la competitività di lungo periodo dell'offerta turistica europea. Come evidenzia la stessa Commissione Europea, “la competitività del turismo è strettamente legata alla sua sostenibilità dal momento che la qualità delle destinazioni turistiche dipende in misura considerevole dal loro ambiente naturale e culturale e dalla loro integrazione in una comunità locale” (COM 352/2010: 11). L'orientamento alla sostenibilità delle attività turistiche nel lungo periodo è, infatti, in grado di favorire una maggiore competitività delle destinazioni turistiche europee, grazie al miglioramento degli standard di conservazione della varietà dei paesaggi e delle culture locali, e della qualità dei prodotti e servizi (COM 621/2007).

Il turismo che nell'ottica di questo lavoro è definito come responsabile richiede approcci alla gestione del territorio che accanto ad uno sviluppo economico cercano di realizzare il benessere sociale e il rafforzamento dell'identità locale, e al contempo garantiscono la conservazione delle risorse naturali.

Le dimensioni che sinergicamente riguardano lo sviluppo turistico responsabile sono quindi quelle ecologiche, economiche e sociali, a cui si aggiunge quella culturale che influenza tutte le altre.

*Fig. 4 – Le dimensioni del turismo sostenibile e responsabile*



Fonte: Niccolini 2008: 96.