

Sostenibilità dello sviluppo e ruolo delle imprese

Andrea Donati

Vice presidente Confturismo Toscana

Ringrazio innanzitutto gli organizzatori per l'invito a questo interessante ed importante meeting, dal 2001 punto di riferimento europeo per quanto concerne l'arricchimento del dibattito riguardante le problematiche dello sviluppo turistico sostenibile, il ruolo delle realtà locali e la diffusione di analisi e buone pratiche quanto mai utili per gli operatori che ad ogni livello sono impegnati nello sviluppo equilibrato e consapevole del settore.

Erroneamente, in passato, si è sostenuto che la sostenibilità turistica costituisca un vincolo per lo sviluppo dei sistemi territoriali, limitandone le potenzialità di espressione economico – imprenditoriali ed imbavagliando, in questo modo, un settore che ancora paga, per molteplici ragioni, un notevole deficit di competitività rispetto alle opportunità che il mercato oggi offre.

La sostenibilità nel turismo, al contrario, rappresenta una grande opportunità strategica di mercato e soltanto in questa accezione va intesa: elementi quali la qualità del territorio di accoglienza e del sistema dei servizi in loco, la tutela dell'ambiente e delle risorse naturali, il rispetto dei parametri di ecosostenibilità applicati alla gestione sia del territorio che delle strutture ricettive muovono ed influenzano sempre di più le scelte turistiche. La crescita culturale intesa anche come sensibilità nei confronti delle questioni ambientali e come rispetto delle tradizioni e delle culture locali porta inevitabilmente ad una sola ed indifferibile conclusione: sviluppo turistico e sostenibilità viaggiano su binari paralleli, strettamente legati dalle esigenze e dalle opportunità dei mercati.

La necessità di arricchire il sistema turistico del nostro paese in termini di qualità, in un'ottica di creazione continua di valore aggiunto, è ormai risaputa e ferrea convinzione di Confturismo: è indispensabile che questa iniezione permanente di stimoli alla ricerca della qualità totale coinvolga non tanto le singole imprese quanto i territori, aree omogenee portatrici di specificità ed opportunità comuni e condivise. Le azioni di sostenibilità sia pubbliche che private, in questo senso, sono tra le attività che più di tutte traggono efficacia dalla focalizzazione progettuale su di un'area vasta più che su di un'unica impresa, retroagendo positivamente sulla creazione di interdipendenze funzionali e sistemiche tra i vari protagonisti dello sviluppo locale.

E' chiaro che innescare questi circuiti di sviluppo e qualità sostenibile significa operare, da parte del decisore pubblico locale e, soprattutto, regionale, scelte chiare e quanto più possibile condivise in merito a questioni chiave quali, ad esempio, la certificazione ambientale: la tendenza in atto, in Italia, alla proliferazione di Marchi e Sistemi di qualità non fa che introdurre nel sistema elementi di incertezza e confusione. Il tutto a detrimento di turisti ed imprese, protagonisti assoluti di domanda ed offerta, che si trovano sempre più in difficoltà nell'operare scelte chiare e consapevoli. Ci auguriamo che le scelte future possano essere orientate a privilegiare quei sistemi di certificazione ambientale riconosciuti a livello europeo ed internazionale, fuggendo l'estrema e nebulosa parcellizzazione che oggi caratterizza il settore sotto questo aspetto.

La chiave della qualità del turismo è racchiusa nello scrigno della qualità territoriale: solo tendendo continuamente alla seconda riusciremo a cogliere importanti obiettivi riferiti alla prima.

Nel processo di creazione del valore socio – economico di un territorio assumono grande centralità gli elementi che ne caratterizzano la specificità rispetto agli altri contesti più o meno limitrofi: parlando in termini di sviluppo turistico sostenibile, è necessario concentrare la propria attenzione sulle eccellenze che un'area territoriale può e deve proporre ai propri fruitori, come sintesi virtuosa di creazione di relazioni, circuiti e strutture in loco finalizzate al miglioramento continuo dell'appetibilità turistica di un'area e rispetto dei vincoli ambientali e sociali che la tutela equilibrata e consapevole della stessa comporta.

Vorrei portare alla vostra attenzione un esempio di eccellenza turistica che, a mio parere, risulta quanto mai calzante nella prefigurazione di azioni sinergiche e di network territoriali imperniati al minimo comune denominatore della sostenibilità turistica: il turismo sportivo rappresenta l'unione concreta ed oggettiva di esigenze di progettualità e di pianificazione rigorose ed economicamente efficienti ed obiettivi improntati alla creazione di strutture e servizi eco e socio sostenibili. Lungi dal configurarsi, oggi, come attività turistica indotta dagli eventi sportivi di rilievo in svolgimento nella zona, il turismo sportivo ha assunto un'identità propria, legittimamente inserita nel novero tanto delle vere e proprie risorse di marketing territoriale quanto di tutela dell'ambiente.

L'entità del settore o, per meglio dire, dei settori, considerando la pluralità di nicchie di utenza quante sono le diverse attività sportive e le motivazioni alla base della creazione del "bisogno" di vacanza, è impressionante

per quantità numeriche e varietà di utenza ed interessi in gioco: le stime in proposito, chiaramente, presentano elevate gradazioni di discordanza a seconda delle interpretazioni più o meno estensive del concetto di "vacanza sportiva". A livello mondiale, l'European Travel Monitor parla di circa 6 milioni di spostamenti nell'annata 2001 dedicati in modo esclusivo al turismo sportivo, il 2% dei viaggi all'estero dei cittadini europei, ma altri dati attribuiscono al settore addirittura il 35% del mercato turistico mondiale. Analisi promosse dal CIO e dal WTO valutano in percentuali oscillanti tra il 52 ed il 55% i viaggi effettuati all'estero da olandesi e tedeschi che includono una componente di tipo sportivo, ma il dato sicuramente più eclatante è il +10% fatto segnare dal tasso medio di crescita della domanda di turismo sportivo da parte non solo dai tedeschi ma anche dai francesi. Stando a questi dati, il turismo sportivo è da considerare il segmento a crescita più elevata dell'intero mercato turistico.

Secondo un'indagine effettuata dal CIRM per conto di Federalberghi nell'Aprile del 2003, tra il 1982 ed 2002 gli italiani praticanti attività sportive a livello amatoriale sono passati da 8,3 milioni ad oltre 20 milioni, con un incremento di oltre il 145%. In questa particolare classifica gli uomini si attestano sempre in vantaggio, anche se la componente femminile risulta in netta progressione sul totale (dal 32% del 1982 al 40% del 2002). Volendo tirare le somme per quanto riguarda il nostro paese, in Italia al giorno d'oggi sono in attività circa 10 mila professionisti dello sport, 6,5 milioni di dilettanti e più di 20 milioni di amatori, intesi dai 6 anni di età in poi. Un italiano su due, insomma, pratica almeno un'attività sportiva.

Nel corso dell'annata 2002 di questa vera e propria moltitudine di italiani più di 9 milioni ha effettuato spese turistiche, generando un giro di affari di 3,8 miliardi di Euro per le sole spese di viaggio, vitto ed alloggio. I pernottamenti alberghieri nella stessa annata sono stati qualcosa come 30 milioni.

Il turismo sportivo si configura, quindi, come un'eccezionale volano di sviluppo sostenibile di un territorio. Le tendenze in atto negli ultimi anni parlano chiaro: la disponibilità ad allungare i periodi di vacanza, in controtendenza con quasi tutti gli altri "turismi", aumenta mentre, elemento di grandissimo rilievo, si assiste ad una progressiva destagionalizzazione dei flussi turistici di carattere sportivo. Il che significa creazione di lavoro durante mesi di notevole flessione dell'occupazione, soprattutto nelle aree nelle quali il legame con la congiuntura turistico-balneare rappresenta non solo una delizia, ma anche una vera e propria croce che connota le dinamiche di sviluppo economico e sociale locali. Le ricadute sull'indotto della creazione di percorsi e flussi turistici alternativi a quelli ormai abituali e di interventi sul territorio che impattano positivamente sulla popolazione residente vanno a completare un quadro di potenzialità del settore quanto mai ricco, variegato e dalle ottime potenzialità di crescita ulteriore.

Sostenibilità del turismo sportivo significa anche armonizzazione di tutte le varie voci che compongono il complesso novero dei protagonisti dello sviluppo locale e delle leve a loro disposizione: centrale, a questo proposito, figura la creazione di pianificazioni oculate e lungimiranti, che sappiano fondere al meglio la domanda di sport interna, dei cittadini residenti, con la promozione e lo sviluppo della ricettività turistico – sportiva. I limiti dell'offerta impiantistica e strutturale locale sono una variabile da gestire con consapevole realismo, facendo leva più sul valore aggiunto della sinergia tra attori e risorse locali che non su istanze e progettualità unilaterali e, quindi, limitative nell'espressione delle potenzialità presenti sul territorio.

Elaborare progetti condivisi di sviluppo turistico sportivo improntati alla sostenibilità, quindi, non solo per creare nuovi network di sviluppo locale, ma anche e soprattutto per migliorare ciò che già esiste e connota il nostro territorio: oggi come oggi soltanto una parte degli albergatori italiani possiede un know-how sufficientemente idoneo per intraprendere azioni di diversificazione della propria attività in direzione di un pubblico sportivo, spesso contraddistinto da necessità e ritmi molto particolari rispetto alle altre tipologie turistiche.

Queste sfide, dalla sostenibilità alla destagionalizzazione fino alla valorizzazione di aree cosiddette "marginali", possono essere vinte soltanto con la partecipazione e la cooperazione integrata e sistemica di tutte le varie componenti della filiera, dalle amministrazioni locali agli operatori, fino alla stessa cittadinanza residente: uno sforzo di miglioramento comune potrà sortire effetti positivi di gran lunga maggiori alla somma delle difficoltà e delle incombenze individuali, ma la rottura anche soltanto di uno degli anelli della filiera può avere effetti distorsivi pregiudicanti l'intera partita dello sviluppo locale.

Lo sviluppo sostenibile è un processo guidato che prevede una gestione globale delle risorse per assicurarne la redditività, consentendo la salvaguardia del nostro capitale naturale e culturale. Il turismo, come potente strumento di sviluppo, può e dovrebbe partecipare attivamente alla strategia di sviluppo sostenibile, a patto che venga garantita la sostenibilità delle risorse dalle quali esso dipende: così recita la Dichiarazione della Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile di Lanzarote, dell'ormai lontano 1995, indiscusso caposaldo nella creazione del dibattito internazionale finalizzato alla sensibilizzazione intorno alle tematiche della sostenibilità turistica.

Questi principi assumono, oggi più che mai, un'immediata valenza pratica: l'attenzione alle esigenze di turisti e regioni d'accoglienza significa introdurre come priorità di sviluppo locale un agente di trasformazione dirompente che poggia tanto sull'orientamento al mercato quanto sull'integrità culturale e sulla bio-diversità dei territori.

La ricerca della compatibilità tra ambiente, società ed economia è un obiettivo programmatico che oggi può avvalersi di strumenti, leve e potenzialità concrete: nel turismo sappiamo cosa, come e dove operare per fare in modo che il malessere che serpeggia nel settore possa trovare non tanto panacee temporanee dagli esiti spesso ancor più deteriori del male, ma adeguate risposte di carattere strutturale che possano ridare linfa a quello che, unanimemente, viene riconosciuto come il sistema di attività imprenditoriali sul quale poggia una grande fetta del futuro dell'economia italiana. Orientamento al mercato e sostenibilità: costruiamo il futuro del turismo italiano partendo da questi presupposti.