

Si ringrazia il governo italiano (Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo) per avere fornito la versione italiana di questo rapporto.

AZIONE per UN TURISMO EUROPEO PIÚ SOSTENIBILE

Rapporto del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo

Febbraio 2007

INDICE DEI CONTENUTI

1	Scopo del rapporto	1
2	Il Turismo Europeo e lo Sviluppo Sostenibile	2
	Turismo – una relazione particolare con lo sviluppo sostenibile	2
	Obiettivi per la sostenibilità del turismo europeo	3
	L’attuazione dei principi di sostenibilità.....	3
	Risposta attuale al turismo sostenibile	4
	Rinnovare l’impulso verso un turismo europeo più sostenibile	5
3	Obiettivi chiave per la sostenibilità del turismo europeo	7
	Obiettivo 1: Ridurre il carattere stagionale della domanda.....	8
	Obiettivo 2: Affrontare l’impatto dei trasporti turistici.....	9
	Obiettivo 3: Migliorare la qualità del lavoro turistico.....	11
	Obiettivo 4: Mantenere ed incrementare la prosperità e la qualità di vita della comunità, nonostante i cambiamenti	12
	Obiettivo 5: Minimizzare l’uso delle risorse e la produzione di rifiuti.....	14
	Obiettivo 6: Conservare e dare valore al patrimonio naturale e culturale.....	14
	Obiettivo 7: Vacanze per tutti	16
	Obiettivo 8: Usare il turismo come strumento per lo sviluppo sostenibile globale	17
4	Meccanismi di attuazione	19
	Destinazioni turistiche sostenibili.....	19
	Imprese sostenibili	23
	Turisti responsabili	25
5	Responsabilità delle azioni	28
	Commissione Europea.....	28
	Governi degli Stati Membri.....	29
	Autorità locali/Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni turistiche.....	29
	Imprese turistiche.....	30
	Altri Enti	30
	Turisti.....	31
6	Iniziative raccomandate da intraprendere a livello europeo	37
	ALLEGATO 1	44
	Membri del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo che hanno contribuito al completamento di questo rapporto.....	44
	ALLEGATO 2	46
	12 Obiettivi per il turismo sostenibile (UNWTO/UNEP).....	46
	ALLEGATO 3	47
	Indicatori per la sostenibilità del turismo nelle destinazioni turistiche.....	47

1 Scopo del rapporto

Lo scopo di questo rapporto è stimolare interventi atti a rendere più sostenibile il turismo europeo e a mantenerlo tale con un processo continuo. Il rapporto è indirizzata ad enti pubblici e privati e ad altre organizzazioni a livello europeo, nazionale, regionale e locale. Gran parte dei contenuti tendono ad incoraggiare l'azione congiunta dei settori pubblico e privato.

Il rapporto è stata preparato dal Gruppo per la Sostenibilità del Turismo (GST) creato dalla Commissione Europea nel 2004. Il Gruppo¹ è costituito da rappresentanti di enti internazionali, governi degli Stati membri, autorità locali e regionali, rappresentanti dell'industria del turismo, di organismi professionali, organizzazioni ambientali, sindacati e organi di ricerca e istruzione, con competenza ed esperienza nel campo del turismo sostenibile. I membri hanno partecipato in qualità di esperti, più che di rappresentanti delle rispettive organizzazioni.

Nel 2003 la Commissione Europea pubblicò una relazione sugli orientamenti di base per la promozione del turismo europeo sostenibile². Questo ha spianato la strada alla formazione del GST, che è stato incaricato dai vari soggetti interessati di creare un quadro d'azione e fornire una guida per la gestione delle destinazioni turistiche locali e per l'uso di indicatori e sistemi di monitoraggio. Questo rapporto del GST è il risultato di tali attività.

Il rapporto sarà utilizzata dalla Commissione Europea come base per l'emissione di un'Agenda per la Sostenibilità del Turismo Europeo³, in seguito ad un periodo di consultazioni.

Il rapporto si basa sulle considerazioni del GST e di numerosi gruppi di lavoro. I punti in discussione sono:

- Perché il turismo è così importante nella ricerca dello sviluppo sostenibile e quali dovrebbero essere i nostri obiettivi per rendere più sostenibile il turismo europeo.
- Gli obiettivi chiave che il turismo europeo dovrà affrontare nel cercare di raggiungere tali risultati.
- I processi raccomandati per lavorare assieme nell'affrontare gli obiettivi.
- Un quadro d'azione a vari livelli e da parte di vari gruppi interessati.
- Una serie di iniziative specifiche da intraprendere a livello europeo.

¹ I membri del GST sono elencati nell'Allegato 1

² COM(2003) 716

³ Precedentemente nota come Agenda 21 per il Turismo Europeo, ma rinominata per riflettere un approccio più attuale, che comprende la sostenibilità economica, sociale ed ambientale.

2 Il Turismo Europeo e lo Sviluppo Sostenibile

Il concetto di sviluppo sostenibile è largamente accettato come base per la progettazione e la gestione del nostro modo di vivere attuale e futuro. Nel 1992 la Dichiarazione di Rio su Ambiente e Sviluppo ha creato l'Agenda 21, un piano d'azione completo adottato da 178 governi. Tale piano d'azione è stato successivamente approfondito ed ampliato nel corso del Vertice Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile, svoltosi a Johannesburg nel 2002, che ha varato un piano di attuazione concentrato su una collaborazione pubblico-privato.

Lo sviluppo sostenibile richiede la salvaguardia della capacità del nostro pianeta di sostenere la vita in tutta la sua diversità. Abbraccia preoccupazioni per la protezione ambientale, l'eguaglianza sociale e la qualità della vita, la diversità culturale e un'economia dinamica e vitale, che offra a tutti lavoro e prosperità.

Lo sviluppo sostenibile è un obiettivo comune dell'Unione Europea. La Strategia UE per lo Sviluppo Sostenibile, rinnovata nel 2006, stabilisce le priorità e le azioni per il raggiungimento di tale obiettivo e viene considerata complementare alla Strategia di Lisbona per crescita ed occupazione. Le due strategie riconoscono che gli obiettivi economici, sociali e ambientali possono rafforzarsi a vicenda e che devono, di conseguenza, essere portati avanti congiuntamente.

Turismo – una relazione particolare con lo sviluppo sostenibile

Il turismo è un'attività che può avere un impatto veramente considerevole sullo sviluppo sostenibile. In parte, questo è riconducibile alle dimensioni del fenomeno. I paesi europei hanno fatto registrare più di 440 milioni di presenze nel 2005, e una quantità anche maggiore di turismo è costituita dalla varietà nazionale e dalle gite di un giorno. Il turismo costituisce, direttamente o indirettamente, circa il 10% del PIL europeo e conta 20 milioni di posti di lavoro. Gli europei costituiscono più della metà di tutti i viaggiatori internazionali, e i viaggi dei turisti europei costituiscono un'importante fonte di reddito per molti paesi in via di sviluppo.

Del pari importante per lo sviluppo sostenibile, tuttavia, è la relazione speciale che il turismo ha con ambiente e società, rispetto ad altre attività economiche. Tale relazione presenta una dipendenza unica da ambienti di qualità, dalla distinzione culturale e dall'interazione sociale, la sicurezza e il benessere. Da un lato, se mal pianificato o eccessivamente sviluppato, il turismo può distruggere tali caratteristiche speciali che sono essenziali per lo sviluppo sostenibile. Dall'altro lato, può fornire impulso alla loro conservazione e promozione – in modo diretto, tramite la promozione della consapevolezza e la creazione del reddito necessari a sostenerle, e in modo indiretto, fornendo una giustificazione economica al supporto da parte di terzi.

Il turismo può essere uno strumento per sostenere o guidare la rigenerazione e lo sviluppo economico, e per migliorare la qualità della vita dei visitatori e delle comunità ospiti. Rendere il turismo più sostenibile contribuirà in modo significativo alla sostenibilità della società europea.

Creare il giusto equilibrio tra il benessere dei turisti, le comunità ospiti e l'ambiente, ridurre i conflitti e riconoscere la dipendenza reciproca richiedono un approccio particolare alla gestione delle destinazioni turistiche.

Obiettivi per la sostenibilità del turismo europeo

Nel 2005, l'Organizzazione Mondiale per il Turismo (UNWTO) e il Programma Ambiente delle Nazioni Unite (UNEP) hanno identificato un'agenda in 12 obiettivi per il turismo sostenibile⁴. Tali obiettivi sono riportati nell'Allegato 2.

La Strategia UE per lo Sviluppo Sostenibile (SDS) ha tre obiettivi chiave: prosperità economica; equità e coesione sociale; e protezione dell'ambiente. Esaminando questi tre obiettivi uno per uno, nel contesto della riflessione sui 12 obiettivi summenzionati, si propongono ora i seguenti traguardi per la sostenibilità del turismo europeo:

1 Prosperità economica

- a. Per garantire, nel lungo periodo, competitività, vitalità e prosperità alle imprese e alle destinazioni turistiche.**
- b. Fornire opportunità di impiego di qualità, offrendo stipendi e condizioni equi a tutti i dipendenti ed evitando qualsiasi forma di discriminazione.**

2 Equità e coesione sociale

- a. Per aumentare la qualità di vita delle comunità locali tramite il turismo e coinvolgerle nella pianificazione e gestione del turismo stesso**
- b. Fornire ai visitatori un'esperienza sicura, soddisfacente e appagante, disponibile per tutti senza discriminazioni di sesso, razza, religione, disabilità o altro.**

3 Protezione ambientale e culturale

- a. Minimizzare l'inquinamento e il degrado dell'ambiente globale e locale e l'uso delle scarse risorse da parte delle attività turistiche.**
- b. Mantenere e rafforzare la ricchezza culturale e la biodiversità e contribuire al loro apprezzamento e conservazione.**

La SDS ha anche un quarto obiettivo chiave: Far fronte alle nostre responsabilità internazionali. Questo richiede una promozione attiva dello sviluppo sostenibile a livello mondiale. Gli obiettivi succitati dovrebbero valere anche per politiche ed azioni che influiscono sull'impatto del turismo proveniente dall'Europa e sul sostegno all'industria come strumento di sviluppo internazionale.

L'attuazione dei principi di sostenibilità

Vi sono diversi principi alla base del concetto di sviluppo sostenibile che hanno un impatto particolare sul turismo e sull'approccio da adottare in Europa.

- **Adottare un approccio olistico ed integrato**
Nel pianificare e sviluppare il turismo, è necessario prendere in considerazione l'impatto ai vari livelli. Inoltre, il turismo dovrebbe essere ben bilanciato ed integrato in un'intera serie di attività che influiscono sulla società e sull'ambiente.
- **Piani a lungo termine**
Lo sviluppo sostenibile consiste nel provvedere alle necessità delle generazioni future, oltre che alle nostre. La pianificazione a lungo termine richiede la capacità di sostenere le azioni nel tempo.

⁴ In *Making Tourism More Sustainable*, UNWTO e UNEP (2005).

- **Adottare un piano ed un ritmo di sviluppo appropriati**
Il livello, ritmo e modello di sviluppo devono riflettere e rispettare il carattere, le risorse e le necessità delle comunità ospiti e delle destinazioni turistiche.
- **Coinvolgere tutti i soggetti interessati**
Un approccio sostenibile richiede una partecipazione ampia ed impegnata al processo decisionale e alla realizzazione pratica da parte di tutti coloro che sono coinvolti negli esiti.
- **Utilizzare le conoscenze migliori disponibili**
Politiche ed azioni dovranno essere consapevoli e basate sulle conoscenze migliori a disposizione. Le informazioni sulle tendenze e sull'impatto del turismo e le capacità e l'esperienza dovrebbero essere condivise a livello europeo.
- **Minimizzare e gestire il rischio – il principio di precauzione**
Ove vi sia incertezza riguardo agli esiti, dovrebbe essere effettuata una piena valutazione ed adottate azioni preventive per evitare danni all'ambiente o alla società.
- **Riflettere l'impatto sui costi – utenti ed inquinatori devono pagare**
I prezzi devono riflettere i costi reali per la società delle attività di consumo e produzione. Questo principio ha ripercussioni non solo, o non semplicemente, sull'inquinamento, ma anche sulla definizione delle tariffe per l'uso di strutture che hanno costi di gestione significativi.
- **Stabilire e rispettare i limiti, ove opportuno**
Capacità di carico delle località singole e delle aree più vaste deve essere riconosciuta, e unita alla disponibilità e alla capacità di limitare, dove e quando appropriato, lo sviluppo turistico e il volume dei flussi turistici.
- **Intraprendere una sorveglianza continua**
La sostenibilità consiste essenzialmente nel capire gli impatti ed essere consapevoli in qualsiasi momento che esistono, in modo da poter effettuare i cambiamenti e i miglioramenti necessari.

Risposta attuale al turismo sostenibile

Le preoccupazioni per la sostenibilità del turismo sono già consolidate in Europa. Si tratta di un argomento che ha ricevuto una notevole quantità di attenzione da parte della Commissione Europea, del Parlamento Europeo⁵ e del Comitato Economico e Sociale.

Molti governi nazionali e autorità locali in tutta Europa hanno preso in considerazione il problema della sostenibilità nello sviluppo delle proprie azioni e strategie turistiche. Questo processo sarà, con tutta probabilità, ulteriormente rafforzato dall'obbligo, per le strategie governative, di essere sottoposte ad una Valutazione Ambientale Strategica. Tuttavia, vi è la sensazione che tale consapevolezza non sia stata necessariamente tradotta in azioni pratiche concrete, e che alcuni degli obiettivi e delle opportunità essenziali offerte dallo sviluppo sostenibile del turismo non siano state sfruttate.

⁵ COM(2003) 716; COM(2006)134; Committee on Transport and Tourism - 2004/2229(INI) (Queiro)

La risposta dell'industria del turismo alla sostenibilità è stata molto varia. Alcune delle società maggiori del settore stanno perseguendo l'obiettivo della sostenibilità introducendo strategie di responsabilità sociale d'impresa. Solo una piccola percentuale delle piccole imprese del turismo ha tentato di ottenere il riconoscimento delle proprie politiche e pratiche ambientali e sociali, e sembra che, nella maggior parte dei casi, le azioni positive siano dipese da interesse e impegno personali del titolare. Tuttavia, vi sono chiari segnali che il livello di interesse e di risposta stanno aumentando. La crescita è stata aiutata dal lavoro delle associazioni sindacali e dai contatti business-to-business a livello di catena di fornitura. Ad esempio, alcuni tour operator ora ricercano specificamente fornitori di servizi che adottino criteri di sostenibilità.

Negli ultimi anni si è assistito ad un considerevole incremento della consapevolezza dei consumatori dell'impatto delle vacanze, in parte alimentato dall'ampia copertura mediatica. I turisti si preoccupano chiaramente del fatto che le mete delle proprie visite siano attraenti, con un ambiente pulito e ben mantenuto. I segmenti del mercato del turismo basati su natura e cultura sono in forte crescita. Diverse indagini in diversi paesi europei hanno evidenziato che, interrogata, la maggior parte dei viaggiatori sostiene che, a parità di altre condizioni, con tutta probabilità preferirà società che si preoccupano per l'ambiente e le comunità locali. Tuttavia, la percentuale di europei che ha scelto un determinato tipo di viaggio specialmente per ragioni di impatto ambientale è probabilmente ancora bassa.

Rinnovare l'impulso verso un turismo europeo più sostenibile

Vorremmo vedere un rinnovato interesse per il processo di incremento della sostenibilità del turismo europeo. Questo richiede, in parte, che gli operatori del settore turistico, pubblico e privato, aumentino la propria consapevolezza dei problemi e che agiscano per affrontarli. Tuttavia, richiede anche che la Commissione Europea e tutti gli Stati membri riconoscano con maggiore incisività il ruolo particolare del turismo nell'ottenimento dello sviluppo sostenibile e nel sostenere il settore di conseguenza.

L'approccio delineato in questa relazione riguarda la collaborazione – con turismo, ambiente e interessi comunitari che vanno nella stessa direzione. L'attenzione è focalizzata sull'azione congiunta a livello di destinazione turistica, ma nel contesto di politiche e azioni di supporto a livello nazionale ed europeo. La massima "Pensare globale, agire locale" rimane valida.

Le priorità globali stanno cambiando. I cambiamenti climatici vengono ora considerati un problema fondamentale, con implicazioni rilevanti per il turismo, e che richiedono all'industria una riduzione del contributo alle emissioni di gas serra e alle destinazioni turistiche di adattarsi ai cambiamenti negli schemi di domanda e nel tipo di turismo che possono offrire.

L'obiettivo globale per il settore turismo è rimanere competitivo e allo stesso tempo adottare la sostenibilità, riconoscendo che, a lungo andare, la competitività dipende dalla sostenibilità. Dovremmo continuare a perseguire lo sviluppo turistico, ma, per farlo, sarà forse necessario cambiare gli schemi di consumo e produzione del turismo. Si dovrebbe porre l'accento sulla tutela ambientale e l'aumento dei proventi del turismo, ma con costi più bassi per l'ambiente e per le nostre culture particolari, e con un valore più alto per la società.

Oltre a fornire destinazioni turistiche sostenibili, gli operatori del turismo e i turisti stessi dovrebbero essere incoraggiati molto più attivamente a incentivare la sostenibilità. Questo ha a che fare, in parte, con l'accettare le proprie responsabilità, ma anche con il saper cogliere le opportunità che si presentano. Sempre di più, la sostenibilità dovrebbe essere equiparata alla qualità – i turisti dovrebbero riconoscere che i luoghi che hanno cura dell'ambiente, dei dipendenti e delle comunità locali hanno anche più probabilità di essere i luoghi in cui i turisti stessi saranno considerati importanti. Un ambiente di qualità, e una comunità ospite prospera, valgono il prezzo e devono essere promossi ad ogni occasione.

Gli obiettivi e le opportunità cambieranno da luogo a luogo. Il presente documento evidenzia alcuni di quelli che riteniamo siano gli obiettivi e le opportunità prevalenti in tutta Europa. Il documento prende inoltre in considerazione gli approcci che sono pertinenti a livello universale. Si riconosce qui che è possibile ottenere molto condividendo le conoscenze e le esperienze sullo sviluppo sostenibile del turismo in diverse parti d'Europa, e si creano una struttura e delle raccomandazioni per il progresso comune.

3 Obiettivi chiave per la sostenibilità del turismo europeo

Il capitolo precedente ha posto gli obiettivi generali per la sostenibilità del turismo europeo. In questo capitolo, discuteremo alcuni degli obiettivi chiave che dovranno essere affrontati se si desidera raggiungere tali risultati.

Gli obiettivi qui identificati riflettono le preoccupazioni e le questioni prioritarie che derivano dalle risoluzioni del Gruppo per il Turismo Sostenibile. Abbiamo inoltre tenuto conto delle questioni sollevate nelle relazioni precedenti dalla Commissione Europea e dal Parlamento sulla sostenibilità del turismo⁶. Più in generale, cerchiamo di porre questi obiettivi per il turismo in relazione con i sette obiettivi chiave identificati nella rinnovata Strategia UE per lo Sviluppo Sostenibile (SDS): cambiamento climatico ed energia pulita; trasporti sostenibili; consumo e produzione sostenibili; tutela e gestione delle risorse naturali; salute pubblica; inserimento sociale, demografia e migrazione; e povertà globale e obiettivi per lo sviluppo sostenibile.

Molti degli obiettivi identificati in seguito riguardano più di uno degli obiettivi del turismo sostenibile, con una combinazione di implicazioni economiche, sociali e ambientali.

Prima di descrivere gli obiettivi, è necessario identificare due importanti presupposti per la sostenibilità del turismo:

- **Assicurarsi che sussistano le condizioni giuste per il successo del settore turismo**

Vi sono diversi requisiti essenziali che le imprese di turismo e le destinazioni turistiche devono presentare se vogliono aver successo ed ottenere il turismo sostenibile. Tra questi ci sono:

- Sicurezza e incolumità. I diritti essenziali del viaggiatore devono essere tutelati – compreso il diritto alla sicurezza dei trasporti e delle strutture turistiche, all'igiene alimentare, alla qualità di acqua ed aria, all'assenza di crimine e sfruttamento, ecc..
- Qualità di strutture e servizi. Questa dovrebbe essere di un livello tale da rispondere a o superare le aspettative del visitatore.
- Affidabilità delle informazioni. Le informazioni per turisti e altre parti interessate nel settore del turismo dovrebbero essere accurate ed utili.
- Accesso efficace al mercato. Imprese e destinazioni turistiche devono essere in grado di raggiungere e comunicare facilmente con i possibili visitatori.
- Ambiente di lavoro favorevole. I quadri normativi e i servizi commerciali dovrebbero fornire condizioni di impresa, creatività ed innovazione eque e favorevoli.
- Il diritto di andare in vacanza Il diritto dei lavoratori, concordato collettivamente, alle ferie annuali pagate e ai limiti all'orario di lavoro sono un presupposto importante per il turismo.

⁶ Già citate

- **Prevedere e tenersi aggiornati sui cambiamenti**

Molti dei fattori interni ed esterni che influiscono sul turismo europeo sono cambiati recentemente, e questa tendenza molto probabilmente continuerà. È necessario sviluppare e modificare politiche e azioni alla luce delle migliori conoscenze e previsioni disponibili.

Tipi particolari di cambiamenti, che più influiscono sulla sostenibilità del turismo, comprendono:

- Cambiamenti ambientali, in particolare i cambiamenti climatici. Questi cambiamenti influiranno sugli schemi della domanda e sulle condizioni e obiettivi futuri per lo sviluppo sostenibile nelle destinazioni turistiche.
- Cambiamenti tecnologici. Questi possono avere un effetto notevole sull'impatto ambientale e sulle possibili soluzioni disponibili in futuro.
- Tendenze e cambiamenti del mercato. La variazione dei mercati d'origine, dei dati demografici, dei profili, dei gusti e delle motivazioni dei visitatori, hanno tutti un'influenza sulla sostenibilità.
- Cambiamenti politici, economici e sociali. Questi possono influire sul contesto e sugli atteggiamenti in relazione al turismo e alla sostenibilità nei mercati d'origine e nelle destinazioni turistiche.

Gli otto obiettivi presentati qui non sono elencati in ordine di priorità.

Obiettivo 1: Ridurre il carattere stagionale della domanda

La concentrazione dei viaggi turistici in certi periodi dell'anno ha un effetto considerevole sulla sostenibilità. Infatti, essa non solo riduce seriamente la vitalità delle imprese e la loro capacità di offrire occupazione tutto l'anno (Obiettivi 1a e 1b), ma può anche esercitare una forte pressione sulle comunità e sulle risorse naturali in determinati periodi, lasciando un eccesso di capacità in altri (Obiettivi 2a e 3a).

I dati EUROSTAT evidenziano che, considerando l'Europa in blocco, le notti turistiche in agosto sono, in media, in numero triplo o quadruplo rispetto a quelle dei mesi invernali. Gli schemi variano da uno stato all'altro, con un maggior grado di stagionalità nei paesi del Mediterraneo. Le destinazioni montane che offrono strutture per sport invernali tendono ad avere due picchi stagionali, ma entrambi sono alquanto ristretti e quindi, anche qui, la stagionalità influisce sulla sostenibilità.

La stagionalità della domanda rende molto difficile pianificare e gestire la fornitura efficiente di strutture turistiche. Una procedura per stimolare la domanda e l'utilizzo nelle stagioni meno attive, sfruttando così la capacità esistente, consentirebbe la crescita dei redditi da turismo, esercitando contemporaneamente una pressione ridotta sull'ambiente e sulla comunità, rispetto a quanto accadrebbe nel caso di crescita del picco della domanda.

Le azioni adottate per far fronte alla stagionalità richiedono la comprensione del prodotto e della situazione di mercato nel paese e nelle destinazioni turistiche interessati. Dovranno essere prese in considerazione anche le circostanze particolari della comunità locale e dell'ambiente, dato che in alcuni casi è auspicabile un periodo di recupero in bassa stagione.

Sono necessarie azioni coordinate a tutti i livelli, che riuniscano le destinazioni turistiche e le imprese turistiche nell'influenzare domanda e offerta.

Tra le azioni appropriate per rafforzare l'attrattiva del turismo fuori stagione, rispetto a quello di picco, vi sono:

- La modifica della selezione dei mercati obiettivo in favore dei mercati non stagionali (ad es., turismo d'affari, segmenti non-family e alcuni mercati di nicchia)
- Sviluppo di prodotti innovativi, immagine pubblica, eventi e promozioni fuori stagione
- Differenziali di prezzo e incentivi
- Lavoro congiunto di fornitori di servizi e operatori, per allungare gli orari di apertura.

Si dovrebbe inoltre intervenire per influenzare gli schemi della domanda alla fonte, ad esempio:

- Riprogrammando e distribuendo le vacanze scolastiche.
- Incoraggiando i datori di lavoro a consentire i permessi flessibili.

Gli effetti dal cambiamento climatico potranno influire in modo significativo sulla stagionalità, nel medio-lungo periodo. Questo richiede ulteriori studi e attento monitoraggio, per migliorare la nostra comprensione e le previsioni dei possibili cambiamenti, al fine di consentire l'adozione di strategie di adattamento. I cambiamenti probabili all'interno dell'Europa comprendono:

- Continua riduzione dell'innescamento alle altitudini inferiori, che influisce sull'inizio o sulla durata di una stagione di sport invernali nelle località di montagna.
- Lo spostamento degli schemi di domanda stagionale in estate, dai paesi meridionali, in cui le temperature potrebbero essere troppo elevate, ai paesi più a nord, in cui le temperature più moderate potrebbero attrarre un maggior numero di turisti alla ricerca del sole.

Obiettivo 2: Affrontare l'impatto dei trasporti turistici

Le rivelazioni quotidiane sull'avanzamento e sull'impatto del cambiamento climatico e le relative associazioni con le emissioni dei trasporti hanno reso questo aspetto un problema fondamentale e di alto profilo per la programmazione del turismo in Europa, che ha conseguenze primarie sull'Obiettivo 3a (minimizzare l'inquinamento globale e locale), ma anche per la vitalità dell'industria del turismo (Obiettivo 1a), la qualità di vita delle comunità (2a) e l'equo accesso al turismo per tutti (2b). Il trasporto sostenibile è uno degli obiettivi chiave dell'SDS

Si stima che i trasporti turistici (in entrata e in uscita) siano attualmente l'origine dell'8% delle emissioni CO₂-equivalenti nell'UE (15)⁷. Il trasporto aereo è responsabile del 50% delle emissioni di CO₂ associate al turismo in entrata e in uscita in e dall'Europa. Anche le emissioni da autoveicoli sono importanti (essendo responsabili del 41% delle emissioni CO₂-equivalenti da viaggi turistici intra-Unione Europea). I viaggi aerei costituiscono una delle fonti di emissioni in più rapida espansione (4% l'anno), a causa della crescita del traffico e della domanda, in parte stimolata dai voli low cost.

⁷ Rapporto MUSTT, DG Enterprise, 2004

L'SDS prevede lo scorporo della crescita economica dalla domanda di trasporti". Questo ha ripercussioni considerevoli per il turismo, che, per definizione, dipende dai trasporti. Nel perseguire questa politica e quelle contenute nel Libro Bianco dei Trasporti della Comunità Europea⁸, dovranno essere tenute in considerazione le necessità del turismo quale settore economico chiave. Tuttavia, il settore del turismo deve anche affrontare l'obiettivo attivamente e con senso di responsabilità. L'approccio dovrebbe essere quello di cercare di conservare gli acquisti turistici e i vantaggi economici riducendo le emissioni derivanti dall'attività.

Priorità assoluta dovrebbe essere data alla riduzione dell'impatto netto dei viaggi per via aerea e su strada sul cambiamento climatico, tramite:

- Ricerca, sostegno e regolamentazione che portino al miglioramento della tecnologia per autoveicoli, aeromobili e carburanti e per la gestione del traffico (compreso il controllo del traffico aereo);
- Partecipazione del settore dell'aviazione al sistema di scambio delle quote di emissione ("emission trading"), e incoraggiamento a tutte le linee aeree internazionali a partecipare a sistemi analoghi;
- Promozione attiva di schemi per l'abbattimento del carbonio, presso i viaggiatori, con il sostegno degli operatori di settore.

Tuttavia, tutto ciò dovrebbe essere integrato dalla collaborazione tra pianificatori turistici e aziende, al fine di promuovere uno spostamento modale verso forme di trasporto più ecologiche per il turismo (treno, pullman/bus, acqua, bicicletta, a piedi), sia per il raggiungimento delle destinazioni turistiche sia per gli spostamenti nelle stesse, utilizzando:

- Adattamenti fiscali e dei meccanismi di prezzatura in modo da riflettere i costi ambientali.
- Promozione attiva e creativa di opzioni di trasporto alternative (sulla base della piacevole esperienza che possono offrire, oltre che del basso impatto) e informazione ad alta qualità ai turisti su tali alternative.
- Investimenti nelle infrastrutture e nei servizi appropriati (piste ciclabili, servizi ferroviari, parcheggi per pullman e auto, ecc.) utilizzando gli introiti della tassazione ambientale, ove appropriato.
- Miglioramento continuo dell'integrazione tra tipi diversi di servizi di trasporto e della facilità d'uso da parte dei turisti.
- Posizionamento attento dei nuovi sviluppi turistici, in termini di accessibilità.

Un altro approccio potrebbe essere quello di tentare di ridurre le distanze percorse, mantenendo il livello globale di acquisti turistici. Questo potrebbe richiedere:

- La modifica dei mercati bersaglio e la promozione di mercati d'origine più locali e interni.
- L'incoraggiare vacanze più lunghe, ma meno frequenti, pur riconoscendo che questo va controcorrente rispetto alle recenti tendenze di mercato.
- La promozione di attrazioni ed attività all'interno e nelle vicinanze della destinazione, piuttosto che escursioni più lunghe.

Alcune destinazioni sono in posizioni migliori rispetto ad altre per assorbire questi spostamenti nell'uso dei trasporti e negli schemi di viaggio. Le necessità particolari delle aree periferiche e delle isole, economicamente dipendenti dal turismo e dai mercati lontani, dovrebbero essere interamente rispettate.

⁸ COM(2006) 314

Le proposte succitate dovranno essere valutate e migliorate tramite un costante aggiornamento delle conoscenze sugli effetti dei trasporti turistici sulle emissioni, e sull'impatto probabile di diverse misure di risposta sulle prestazioni turistiche e anche sul cambiamento climatico.

Obiettivo 3: Migliorare la qualità del lavoro turistico

Questo obiettivo è collegato direttamente all'Obiettivo 1b (occupazione di qualità senza discriminazioni), ma ha ripercussioni anche per la vitalità economica delle imprese in generale (1a) e per la qualità del servizio offerto ai visitatori (2b). L'obiettivo SDS relativo all'inserimento sociale e alle migrazioni è rilevante, in questo contesto, e la qualità dei posti di lavoro è un aspetto chiave della strategia di Lisbona.

Il settore turistico offre molte opportunità di lavoro a persone di tutte le età e specializzazioni. In particolare per i giovani, un lavoro nel settore turistico spesso rappresenta il primo contatto con la vita lavorativa, grazie all'apporto di competenze interpersonali e sociali, estremamente necessarie in un'industria di servizi interessata e aperta al cliente. Sempre più, nel turismo, vi è spazio di manovra per l'aggiunta di valore all'occupazione in altri settori, grazie all'occupazione multipla, e per fornire nuove opportunità di lavoro in settori connessi all'ambiente e al patrimonio culturale.

Tuttavia, alcuni settori turistici secondari offrono condizioni di lavoro sfavorevoli (orario di lavoro lungo e irregolare, alti livelli di lavori a tempo determinato, part-time o stagionali, e livelli di remunerazione al di sotto della media), bassi livelli di qualificazione, mancanza di possibilità di carriera e alti tassi di lavoro nero.

Nel turismo, il personale costituisce parte integrante dell'esperienza del cliente, e sono le persone che lavorano in questo settore che offrono la fonte principale di vantaggio competitivo. Le persone operanti nel settore devono possedere qualcosa di unico, in termini di qualifiche, know-how e atteggiamento, per consentire all'Europa di distinguersi da altre destinazioni turistiche concorrenti.

La qualità dei posti di lavoro nel settore turistico, e l'immagine del settore stesso per la scelta della carriera dovranno essere migliorate, agendo su:

- Livelli salariali e servizi previdenziali.
- La distribuzione, durata e uniformità dell'orario di lavoro, pur riconoscendo che devono adattarsi allo schema di domanda dei consumatori.
- La capacità di offrire lavori a tempo pieno, per tutto l'anno e a tempo indeterminato.
- Avanzamento e opportunità di carriera.

Molte di queste questioni non sono limitate al settore turistico. Tuttavia, affrontarle può contribuire a risolvere il problema, presente in alcune parti d'Europa, del reclutamento di personale specializzato e non e della riduzione degli alti tassi di avvicendamento del personale

L'obiettivo, per le imprese turistiche, per quanto piccole, consiste nello sviluppo di pratiche di gestione delle risorse umane ben progettate. Il dialogo sociale tra datori di lavoro, dipendenti e loro rappresentanti deve essere rafforzato. Vi sono molti esempi di come un'organizzazione del lavoro innovativa, concordata tra datori di lavoro e sindacati, abbia portato sia ad una maggiore qualità e a lavori a tempo pieno, sia ad una migliorata redditività.

Le società dovrebbero coinvolgere i dipendenti e i loro rappresentanti nella scelta e nel raggiungimento dei vari obiettivi di sostenibilità. Dovrebbe essere un processo a due direzioni, in cui i lavoratori e i sindacati riconoscano la fondamentale necessità della competitività dell'industria, se le imprese devono essere messe in grado di fornire posti di lavoro sostenibili per il futuro, e in cui i datori di lavoro e le società riconoscano la necessità dei lavoratori di avere posti di lavoro stabili e sicuri, se le imprese vorranno reclutare e trattenere personale sufficientemente qualificato e motivato.

L'obiettivo di migliorare la qualità del lavoro in questo settore e di fornire al settore stesso un vantaggio competitivo, richiede anche uno sforzo più coordinato per rafforzare la formazione e delineare una struttura di percorsi professionali. Questo sarà di ausilio per la mobilità dei lavoratori, geografica e tra settori. Le azioni richieste dovrebbero comprendere:

- Rafforzare l'adozione di standard comuni nella formazione turistica a livello europeo, e il riconoscimento reciproco dei titoli (ad es., tramite il programma Europass).
- Dare vita a iniziative di apprendimento continuo (come quelle sostenute dal programma UE Leonardo da Vinci).
- Scambiarsi buone pratiche nella formazione turistica in Europa, rimuovendo le barriere di lingua e di altro tipo al comune sentire.
- Integrare i problemi di sostenibilità nella formazione e istruzione turistica tradizionali.
- Svolgere promozione attiva e pubbliche relazioni per stimolare la risposta al turismo come percorso professionale e partecipare alla formazione a tutti i livelli.

Obiettivo 4: Mantenere ed incrementare la prosperità e la qualità di vita della comunità, nonostante i cambiamenti

Il turismo ha un grande potere di cambiare il carattere e la prosperità dei luoghi in cui si verifica. Le destinazioni turistiche europee tradizionali hanno vissuto cambiamenti significativi negli ultimi anni, e nuovi cambiamenti stanno emergendo. Le pressioni esercitate dallo sviluppo hanno ripercussioni sulla società. In tutti i casi, l'obiettivo è quello di gestire i cambiamenti nell'interesse del benessere della comunità. In quanto tale, essa ha un impatto diretto sull'Obiettivo 2a, ma influisce anche sugli obiettivi economici (conservare i redditi all'interno della località e rafforzare la qualità dei posti di lavoro) e su quelli ambientali (tutelare il patrimonio ambientale e culturale della destinazione turistica ed evitare il degrado).

Al momento, vi sono due tipi di cambiamento che presentano obiettivi ed opportunità particolari per le comunità locali. Il primo tipo riguarda lo sviluppo edilizio, associato al turismo, che altera la natura degli insediamenti. Mentre questo può portare considerevoli vantaggi economici alle comunità, può anche risultare nella diffusione dell'urbanizzazione (o lo sviluppo sporadico) che porta a sua volta alla perdita di attrattive locali e di spazi verdi. La variazione di valore delle proprietà può mettere in pericolo la qualità della vita della popolazione locale, e alcuni tipi di sviluppo e utilizzo possono anche portare solo scarsi profitti all'economia locale.

Un secondo tipo di cambiamento deriva dalla ristrutturazione delle economie locali, che porta al declino delle attività tradizionali, con il turismo che viene considerato

come un sostituto dei redditi e dei lavori locali⁹. Esempi particolari di questo tipo di cambiamento sono evidenti in:

- Aree rurali e montane, con i cambiamenti delle strutture di supporto comunitarie che si spostano dalla produzione agricola verso un'economia rurale più ampia e verso l'ambiente¹⁰.
- Le aree marittime, che sperano che il turismo possa rimpiazzare i redditi della pesca in seguito al depauperamento della fauna marina e ai cambiamenti negli schemi di sussidio.
- Certe aree urbane, in cui il turismo fornisce possibilità di utilizzo di ex aree industriali e per il patrimonio ad esse associato.
- Le strutture turistiche tradizionali, che necessitano di nuovi tipi di offerta per far fronte al cambiamento nei gusti del mercato, o agli effetti del cambiamento climatico.

In risposta ad entrambi i tipi di cambiamento, sono necessarie programmazione e gestione attente delle destinazioni turistiche, al fine di:

- Influenzare le dimensioni, la natura e la collocazione dello sviluppo, in modo da garantire che il turismo sia integrato nelle attività esistenti e che la comunità conservi il suo equilibrio.
- Controllare che gli sviluppi edilizi proposti siano in linea con le tendenze di mercato e con la domanda futura – ad esempio, gli schemi della domanda nel settore del turismo rurale sono significativamente diversi ora rispetto al passato.
- Dare priorità a tipi di strutture di ospitalità che riflettano il carattere speciale della destinazione turistica, minimizzino l'impatto ambientale ed offrano valore alla comunità (economico e occupazionale).
- Massimizzare la quota di reddito trattenuta a livello locale e gli altri vantaggi per le comunità locali, tramite il rafforzamento delle catene di fornitura locali e promuovendo l'uso di prodotti, negozi e altri servizi locali da parte dei visitatori.

Si deve accettare il fatto che gli obiettivi legati alla prosperità e alla qualità della vita possono, in qualche caso, richiedere una limitazione dello sviluppo fisico.

Il volume e la concentrazione delle seconde case sono considerati uno degli obiettivi principali per la qualità della vita nelle destinazioni turistiche. In molti posti, le seconde case vengono utilizzate solo per poche settimane all'anno, e tuttavia risultano fisicamente invadenti, distorcono i prezzi immobiliari, uccidono la comunità e offrono in cambio molto poco all'economia locale. Tuttavia, in altre situazioni è possibile constatare che le seconde case hanno attratto investimenti che altrimenti non sarebbero mai stati disponibili per la comunità, con un conseguente aumento della prosperità e del restauro di vecchi edifici. L'approccio dovrebbe includere:

- Una maggior comprensione dell'impatto delle seconde case e una condivisione del modo migliore di risolvere il problema
- Una limitazione del tasso di sviluppo.
- La massimizzazione dell'uso delle proprietà immobiliari esistenti e della loro integrazione con la comunità e l'economia locali.
- Assicurarci che i requisiti di legge per le seconde case siano adeguati a quelli per il turismo in generale.

⁹ Il COM(2005) 120 sottolinea le priorità di ristrutturazione della Commissione

¹⁰ L'Articolo 55 del regolamento per lo Sviluppo Rurale sostiene specificatamente la promozione delle attività turistiche.

Obiettivo 5: Minimizzare l'uso delle risorse e la produzione di rifiuti

Il turismo può essere un utilizzatore significativo e a volte eccessivo di risorse ambientali. Questo obiettivo si ricollega direttamente all'Obiettivo 3a sulla protezione dell'ambiente, ma ha conseguenze altrettanto importanti anche per il benessere delle comunità ospiti. Riguarda tanto il consumo e la produzione sostenibili quanto la gestione delle risorse naturali, due degli obiettivi dell'SDS.

L'uso dell'acqua è uno dei problemi principali relativamente alla sostenibilità del turismo. Un turista che soggiorna in un hotel consuma in media, ogni giorno, una quantità di un terzo superiore rispetto alla quantità consumata da un abitante locale¹¹. Tuttavia, nell'area del Mediterraneo non è insolito per un turista consumare in media, al giorno, una quantità superiore al quadruplo della quantità utilizzata da un residente locale e la domanda, nei periodi di punta della stagione, può imporre gravi costrizioni alle scorte locali. Alcune forme di attività correlate al turismo richiedono un consumo d'acqua particolarmente alto, come nel caso dei campi da golf e della produzione di neve artificiale nelle stazioni sciistiche. La situazione può inoltre essere aggravata ulteriormente dal cambiamento climatico, che risulta nella presenza di scorte in calo per far fronte ad una domanda in aumento.

Altri problemi relativi all'uso efficiente delle risorse e della gestione altrettanto efficiente degli scarti comprendono:

- La riduzione al minimo del consumo energetico (ad esempio per climatizzazione e riscaldamento) e l'incentivazione dell'uso di fonti rinnovabili e di tecnologia migliore.
- La promozione e l'incentivazione della riduzione, del riutilizzo e del riciclaggio dei materiali.
- La qualità dell'acqua, compreso il trattamento efficace delle acque reflue, evitandone lo scarico negli ambienti marini e nei fiumi. Le acque grigie dovrebbero essere riutilizzate ogniqualvolta possibile.
- La qualità dell'aria, comprese le condizioni relative alla congestione del traffico.
- La riduzione e la gestione dei rifiuti.

Molte delle azioni necessarie per far fronte a questo obiettivo mirano a rafforzare la gestione dell'ambiente a livello di imprese turistiche. Anche cambiare il comportamento dei visitatori può avere un impatto rilevante. Sono necessarie inoltre azioni a livello di destinazione turistica locale, fornendo le infrastrutture e i sistemi gestionali necessari, come mettere servizi di riciclaggio a disposizione delle attività turistiche.

La pianificazione futura delle destinazioni turistiche e la progettazione delle singole strutture dovranno rispondere a criteri di minimizzazione dell'uso delle risorse e di gestione dei rifiuti. L'innovazione e gli approcci creativi alla gestione delle risorse dovranno essere incoraggiati.

Obiettivo 6: Conservare e dare valore al patrimonio naturale e culturale

La relazione tra turismo e il patrimonio naturale e culturale di una certa area ha un'importanza critica. Il turismo può rivestire un ruolo chiave nell'aumentare la consapevolezza e nel generare sostegno diretto ed indiretto alla tutela del patrimonio (Obiettivo 3b). Da un altro punto di vista, la qualità del patrimonio naturale e

¹¹ EEA Europe's Environment, The Third Assessment (2000)

culturale, in molte zone, è di importanza fondamentale al fine di generare prosperità economica tramite il turismo (Obiettivi 1a e 1b), per la qualità di vita delle comunità locali (2a) e per l'esperienza che i visitatori desiderano vivere (2b). La tutela e la gestione delle risorse naturali è uno degli obiettivi chiave dell'SDS.

I beni naturali e culturali importanti per il turismo comprendono:

- La qualità e la molteplicità dei paesaggi naturali
- I paesaggi culturali, modellati dall'uomo, di cui l'Europa è particolarmente ricca
- Luoghi di interesse storico e culturale particolare
- Biodiversità – flora e fauna, terrestri e marittime
- La cultura vivente e le peculiarità locali – arte, artigianato, cucina, lingua – eventi e manifestazioni.

A livello internazionale ed europeo esistono molte politiche e convenzioni che mirano a preservare questi beni¹². Il turismo deve fare la sua parte nel sostenerle. La presenza di molti tipi di designazione¹³, che offrono sia protezione sia luoghi di interesse per i visitatori, costituisce un significativo punto di forza per l'Europa.

Gli obiettivi chiave comprendono:

- L'aumento della pressione per lo sviluppo, proveniente in parte dal turismo stesso, ma anche da altri settori, che potrebbe minacciare il contributo offerto dai beni all'economia delle visite.
- Danni derivanti dall'uso eccessivo da parte dei visitatori e da particolari attività invasive.
- L'impatto dei fattori esterni, come il cambiamento climatico.
- Una seria carenza di risorse, sia finanziarie che umane, per le attività di gestione e protezione.

Le azioni da adottare per affrontare questi obiettivi comprendono:

- Una maggiore preparazione all'uso dell'argomento turismo (come motore economico) come ragione per finanziare la tutela della natura e della cultura e per evitare cambiamenti dannosi.
- L'appropriata designazione delle aree protette, che include il completamento della rete Natura 2000.
- Il rafforzamento della relazione tra aree protette e interessi turistici locali, nel contesto di una strategia di turismo e di un piano d'azione¹⁴ sostenibili.
- Il rafforzamento delle specializzazioni e degli strumenti disponibili nelle aree protette, in relazione al controllo dello sviluppo, alla gestione ambientale, alla gestione dei visitatori, allo sviluppo di prodotti, all'informazione e interpretazione e al monitoraggio.
- L'adozione di piani di gestione dei visitatori per assicurarsi che il turismo non danneggi le risorse naturali e culturali.
- Il perseguimento di modi per aumentare i contributi dei visitatori, del settore turistico e di altre imprese che dal turismo traggono vantaggio per la tutela e la gestione ambientale.

¹² Tra gli esempi troviamo l'obiettivo europeo dell'arresto della perdita di biodiversità entro il 2010, e la Convenzione Europea sul Paesaggio;

¹³ UNESCO Patrimoni dell'Umanità; Siti europei Natura 2000; parchi nazionali e parchi naturali; ecc.

¹⁴ La Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (EUROPARC) offre un modello di questo.

- Il sostegno alle attività di tutela, anche legate al turismo, in siti singoli e terreni privati, compreso il restauro di edifici storici e la manutenzione dei paesaggi e degli habitat tradizionali.
- Il rafforzamento dello sviluppo, dell'interpretazione e della promozione di prodotti e servizi di qualità basati sul patrimonio naturale e culturale, comprese attività artigianali tradizionali, prodotti locali e altri elementi di distinzione locale, visti come componenti dell'esperienza turistica del visitatore.
- Lo sviluppo di programmi di monitoraggio per la valutazione di tendenze ed impatti e per facilitare la gestione appropriata.

Obiettivo 7: Vacanze per tutti

L'inserimento sociale e l'eguaglianza sono principi importanti dello sviluppo sostenibile. Un obiettivo specifico (2b) mira a garantire che le esperienze turistiche siano disponibili per tutti, senza discriminazioni. Questo porterà anche benefici economici aggiuntivi (Obiettivi 1a, 1b). Tra gli obiettivi importanti del SDS si trova non soltanto l'inserimento sociale, ma anche la salute pubblica, data l'ampia documentazione attestante il contributo positivo delle vacanze al benessere fisico e mentale.

Si stima che circa il 40% dei cittadini europei non vada in vacanza, spesso a causa di particolari forme di privazione o disabilità. In alcuni paesi, l'incapacità di andare in vacanza è riconosciuta come un aspetto significativo della povertà infantile e familiare.

Questo obiettivo ha conseguenze strategiche più ampie per il turismo sostenibile, in quanto una politica che cerchi di massimizzare i redditi di questo settore senza aumentare i volumi potrebbe essere contraria ai principi di inserimento sociale. Tuttavia, il perseguire il turismo sociale si è dimostrato di aiuto nel raggiungimento dell'obiettivo di ridurre la stagionalità della domanda e nel sostenere l'occupazione nel corso dell'anno, in quanto molte delle persone che possono essere raggiunte in questo modo, come i pensionati, sono in ottima posizione per viaggiare in periodi diversi dalla stagione principale.

Il turismo dovrebbe essere accessibile ad ogni tipo di persona, compresi i giovani, gli studenti, le famiglie e gli anziani. Due degli obiettivi principali da affrontare sono:

- **Disabilità fisica.** Questo riguarda la grande percentuale di cittadini europei affetta da compromissione motoria o sensoriale, sia a livello personale, sia indirettamente, per la presenza di un membro della famiglia o del gruppo che ne soffre. Questa percentuale potrebbe aumentare, a causa dei cambiamenti demografici.
- **Lo svantaggio economico,** che esiste in tutti paesi, ma che ha una particolare prevalenza in alcuni dei nuovi paesi membri dell'UE e tra le popolazioni di migranti e tra i giovani.

Le azioni da adottare per affrontare questi obiettivi comprendono:

- Incoraggiare le politiche e le azioni miranti a sostenere il turismo sociale a tutti i livelli.
- Incrementare la consapevolezza delle imprese in relazione alle dimensioni del mercato e ai vantaggi economici oltre che a quelli sociali.
- Assicurare l'applicazione globale dei diritti del lavoratore alle ferie, salvaguardando questo aspetto della previdenza sociale garantito dal modello sociale europeo

- Progettare e adattare le strutture e le zone turistiche in modo che rispondano alle necessità delle disabilità fisiche.
- Migliorare l'informazione relativa ai disabili e ai gruppi meno privilegiati.
- Incoraggiare un'ampia gamma di prezzi per quanto riguarda strutture ed esperienze turistiche
- Seguire modelli specifici per facilitare ed incoraggiare le vacanze di soggetti a basso reddito, come ad esempio i sistemi di buoni vacanza adottati in alcuni paesi, basati su incentivi fiscali e con il coinvolgimento di governo e operatori.

Obiettivo 8: Usare il turismo come strumento per lo sviluppo sostenibile globale

È estremamente appropriato che la nostra preoccupazione per il turismo sostenibile in Europa si traduca anche in preoccupazione per gli effetti del turismo europeo e delle politiche per il turismo sullo sviluppo sostenibile globale. Questo coincide con l'approccio e le priorità del SDS ed è stato anche riconosciuto in precedenti comunicazioni dell'Unione Europea sul turismo sostenibile¹⁵. Tutti gli obiettivi identificati in relazione al turismo sostenibile dovrebbero essere applicabili anche allo sviluppo e alle azioni turistiche a livello internazionale.

Nel 2005, i viaggi dei cittadini europei fuori dall'Europa fecero registrare 66 milioni di arrivi negli altri continenti, generando livelli significativi di spesa nelle destinazioni turistiche di arrivo. L'Europa è una delle principali fonti di investimenti turistici all'estero e di sostegno per progetti di assistenza alle infrastrutture e allo sviluppo.

In molti paesi in via di sviluppo, il turismo può essere una delle poche fonti di reddito e di sostentamento, in particolare nelle aree rurali, ma qui i problemi di impatto ambientale e sulla comunità hanno un'importanza veramente enorme.

Gli obiettivi chiave comprendono:

- Affrontare l'impatto globale dei viaggi e dei trasporti intercontinentali sulle emissioni e sul cambiamento climatico, coerentemente con l'obiettivo 2 precedente.
- Usare il turismo come strumento per affrontare gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio, in particolare l'obiettivo di dimezzare la povertà estrema e la fame entro il 2015.
- Assicurarci che siano evitate tutte le forme di sfruttamento e concorrenza sleale, anche tramite l'adesione agli standard fondamentali del lavoro, come le convenzioni dell'ILO e la stretta adesione al codice di condotta internazionale contro lo sfruttamento sessuale dei minori.
- Sostenere le politiche e gli obiettivi internazionali relativi all'ambiente, come quelli stabiliti dalla Convenzione sulla Diversità Biologica.
- Assicurare l'adesione al Codice Mondiale di Etica del Turismo da parte dei paesi europei, e promuoverne i principi in tutto il mondo

Le azioni da adottare per affrontare questi obiettivi comprendono:

- Promuovere l'equità nello sviluppo del turismo e dei viaggi, in modo che tutti i paesi abbiano lo stesso diritto allo sviluppo del turismo e che i cittadini di tutti i paesi abbiano eguali diritti di viaggiare.
- Incoraggiare l'Unione Europea e i programmi bilaterali di aiuti a riconoscere, e sostenere, uno sviluppo appropriato del turismo, come strumento dello sviluppo

¹⁵ COM(2003) 716

sostenibile e della riduzione della povertà, e lavorare assieme e con gli organismi internazionali a tale scopo.

- Incoraggiare i tour operator europei e gli investitori nei servizi turistici all'estero a rispettare i principi della sostenibilità e a cercare di portare benefici all'ambiente e alle comunità locali nelle quali operano.
- Promuovere presso i cittadini europei la consapevolezza dell'esistenza di opzioni di viaggio e di comportamenti responsabili.
- Condividere le conoscenze e le buone pratiche sul turismo sostenibile con altri paesi e regioni del mondo.

4 Meccanismi di attuazione

Il capitolo precedente ha esposto gli obiettivi chiave per rendere il turismo europeo più sostenibile ed ha identificato, in ciascun caso, le azioni da intraprendere per affrontarle. Questo capitolo identificherà come sia possibile adottare tali azioni, sotto forma di processi, per incoraggiare:

- destinazioni turistiche sostenibili
- attività sostenibili, e
- turisti responsabili.

Destinazioni turistiche sostenibili

Molti degli obiettivi posti dalla sostenibilità, e molte delle azioni necessarie, possono essere affrontate al meglio dai vari interessati che lavorano assieme a livello di destinazione. È esattamente qui che le necessità dell'ambiente, della comunità locale e delle aziende locali si incontrano più da vicino. È molto più semplice adottare un approccio integrato e olistico quando si lavora a questo livello. Inoltre, viene sempre più riconosciuto che il concetto di "destinazione turistica", nel contesto del quale un'ampia gamma di strutture e di attività, messe assieme, rappresenta un'esperienza completa, è essenziale nell'influenzare la scelta del consumatore.

Una serie di iniziative più ampie è stata adottata per promuovere i principi di sostenibilità a questo livello e il turismo dovrebbe farvi riferimento.

Concentrare le azioni a livello di destinazione non significa che le azioni da intraprendere a livello europeo o nazionale non siano importanti. Infatti, alcune azioni per promuovere la sostenibilità devono essere intraprese principalmente a quei livelli, così come indicato nel Capitolo 5. È anche molto importante che la politica europea e nazionale offra un quadro di sostegno alle azioni locali.

Cosa intendiamo per destinazione?

Una destinazione è un'area che presenta delle attrattive per i visitatori e che offre alloggi, attrazioni e servizi di sostegno. Può essere definita da confini fisici, tematici o amministrativi e abbraccia una serie di immagini e qualità caratteristiche che conferiscono un'identità di marchio. Le destinazioni dovrebbero essere luoghi con cui gli interessati del turismo hanno un'affinità naturale e all'interno dei quali trovano pratico lavorare assieme. Tipicamente, tale destinazione può essere una città, una località costiera o di montagna o un'ampia area rurale con un'identità consolidata.

È di importanza critica che le dimensioni della destinazione siano sufficienti a consentire che l'approccio di gestione della destinazione delineato in seguito sia adottato in modo redditizio. Ad esempio, è improbabile che tale approccio sia appropriato per villaggi, piccole città o piccoli distretti che lavorino per conto proprio – essi dovrebbero collaborare all'interno di un'area più vasta. In alcune circostanze, la gestione della destinazione può essere adottata nel modo migliore a livello regionale. Questo varierà tra i vari Stati membri.

Gestione sostenibile della destinazione e Agenda 21 Locale

Gestione della destinazione è un termine utilizzato per coprire tutti i modi con cui è possibile influenzare l'impatto del turismo su una destinazione. Copre la pianificazione e il controllo dello sviluppo turistico, della fornitura di infrastrutture, della gestione dei visitatori, del marketing, delle informazioni, del supporto alle attività, della creazione e controllo di standard e del monitoraggio. Dovrebbe affrontare tutti gli aspetti dell'esperienza del visitatore nel contesto della catena di valore del turismo secondo i principi della gestione integrata della qualità.

Un obiettivo critico per la sostenibilità del turismo in Europa è garantire che il processo di gestione delle destinazioni turistiche accolga completamente i principi e gli obiettivi della sostenibilità. Per farlo, dovrà:

- Adottare formalmente gli obiettivi di sostenibilità, sulla base di quelli identificati in questa relazione
- Perseguire un approccio per soggetti interessati multipli alla programmazione e alla gestione
- Lavorare con tali soggetti interessati per sviluppare ed adottare una strategia e un programma di azione di turismo sostenibile
- Essere guidato da un processo di monitoraggio regolare degli impatti del turismo in rapporto agli indicatori di sostenibilità.

Questo processo di gestione della destinazione per il turismo dovrebbe essere strettamente integrato nelle strategie più ampie della comunità, ambientali ed economiche all'interno della destinazione. In alcune aree dovrebbe anche riflettere e relazionarsi con più ampie iniziative di programmazione, come ad esempio la Gestione delle Zone Costiere. L'adozione di sistemi di gestione ambientale (come l'EMAS) nella gestione e pianificazione delle destinazioni si è a volte dimostrata d'aiuto. Un approccio alla pianificazione per il turismo sulla base di un'agenda di sostenibilità ha visto l'adozione di un processo di Agenda 21 Locale nella destinazione turistica (o nelle comunità locali all'interno della stessa), tramite il quale gli interessi locali convergono al fine di integrare le preoccupazioni ambientali globali nei piani locali, per decidere il tipo di futuro che vogliono e poi collaborano per raggiungere lo scopo. Questo tipo di lungimiranza e pianificazione basati sulla comunità può offrire un contributo utile al processo di gestione sostenibile della destinazione. Tuttavia, si corre il rischio che, da soli, ci si isoli dalla corrente principale dello sviluppo e l'applicazione della politica per il turismo.

Strutture per la cooperazione

Una efficace gestione sostenibile della destinazione richiede l'esistenza di una struttura efficiente entro la quale gli interessi più svariati possono collaborare, consentendo la costruzione di partnership, e anche una leadership efficace. Le strutture a interessi multipli possono assumere molte forme, da incontri destrutturati e regolari di rappresentanti, ad organi più strutturati. Il primo tipo di struttura può evolvere nel secondo con il tempo, man mano che cresce la fiducia. Le autorità regionali e locali hanno un ruolo critico in questo. In molte destinazioni turistiche, varie autorità locali possono lavorare in gruppo. È importante che le varie funzioni delle autorità regionali e locali che possono influenzare il turismo e il suo impatto, si impegnino in questo processo. Altri interessi che devono essere rappresentati sono: attività turistiche; interessi delle comunità locali; enti per il patrimonio ambientale e culturale; il settore dei trasporti; i gruppi locali ricreativi e di consumatori; sindacati; ed enti locali di istruzione e formazione. È necessario creare un processo di comunicazioni che vada in due direzioni tra la destinazione e gli enti sovra- e subordinati, che siano locali, regionali o nazionali. Gli enti di gestione dovrebbero

creare comunicazioni e consultazioni efficaci all'interno della destinazione, tramite newsletter, siti web, mezzi di comunicazione locali e tramite forum liberi.

Sviluppare una strategia per il turismo e un piano d'azione sostenibili

Dovrebbero essere preparati una strategia e un piano d'azione, quali strumenti chiave per indirizzare la forma di turismo nella destinazione, identificare le priorità e coordinare le attività tra i soggetti interessati. Dovrebbero tenere conto specificatamente degli obiettivi e delle opportunità chiave identificate nel capitolo precedente, interpretate sulla base delle circostanze locali. Si tratta di un processo dinamico e continuo, con obiettivi, scopi e azioni controllati e riesaminati nel tempo alla luce dei risultati ottenuti e delle mutate circostanze.

Dovrebbero essere seguite le seguenti fasi:

1 Mandato politico

- Garantire l'impegno di tutti i soggetti interessati a preparare ed adottare una strategia e un piano d'azione che abbraccino la sostenibilità, sulla base di una visione e un'identità condivisi.
- Specificare l'organizzazione che guiderà il processo e le condizioni di riferimento.

2 Analisi della situazione

- Raccolta e assemblaggio di dati sui livelli correnti di turismo, sul numero di imprese, sull'occupazione supportata, le strutture e i servizi per i visitatori, le condizioni ambientali (aria, acqua), il contributo relativo del turismo all'economia.
- Valutazione delle risorse del patrimonio naturale e culturale, comprese le loro condizioni e la sensibilità per l'uso futuro.
- Valutazione della capacità delle infrastrutture turistiche (compresi i trasporti).
- Consultazione della comunità locale.
- Sondaggio/consultazione delle attività turistiche, incluse prestazioni, prospettive, necessità.
- Indagine sui visitatori – profilo, necessità, soddisfazione.
- Valutazione delle politiche esistenti e degli strumenti disponibili.
- Valutazione dell'efficacia delle partnership esistenti e del loro lavoro e identificazione di eventuali barriere ad una maggiore collaborazione.
- Valutazione dei fattori esterni – opportunità e minacce: tendenze di mercato, percezioni, analisi della concorrenza, cambiamento ambientale, ecc.

3 Scelte strategiche

I soggetti interessati devono lavorare assieme per:

- Identificare le questioni chiave
- Considerare la capacità di carico
- Stabilire un'idea e creare degli obiettivi
- Identificare gli obiettivi del turismo – quantità, tipo, dove, quando.

4 Pianificazione delle azioni

- Stabilire un programma di azione, indicare le priorità, le agenzie principali, le agenzie di supporto, la dimensione temporale e le risorse necessarie.
- Ottenere l'impegno e la raccolta delle risorse

5 Monitoraggio e revisione

- Stabilire indicatori e processi di monitoraggio
- Revisione annuale, valutazioni sulla base degli obiettivi e revisione del piano di azione
- Revisione regolare e periodica della strategia.

Indicatori di sostenibilità e processi di monitoraggio

L'identificazione di indicatori associati agli obiettivi di sostenibilità, e un processo di monitoraggio regolare sulla base di essi, costituiscono un componente importante della gestione della destinazione turistica, se si desidera veramente adottare la sostenibilità.

L'UNWTO ha identificato cinque criteri per la selezione degli indicatori:

- Rilevanza dell'indicatore in relazione alla questione selezionata.
- Fattibilità dell'ottenimento e dell'analisi delle informazioni richieste.
- Credibilità e affidabilità delle informazioni.
- Chiarezza e facilità di comprensione da parte degli utenti.
- Comparabilità nel tempo e tra le regioni.

L'Unione Europea sta lavorando alla creazione di un indicatore specifico per la sostenibilità del turismo e anche il GST ha esaminato altri lavori in questo campo. Questo ha formato una base per un indicatore proposto per le destinazioni presentate nell'Allegato 3. Questo identifica un certo numero di indicatori distintivi che sono considerati fondamentali per la sostenibilità e relativamente facili da raccogliere, e di indicatori addizionali che le destinazioni sono incoraggiate a prendere in considerazione. Sebbene gli indicatori di base siano suggeriti qui, è comprensibile che la rilevanza di tali indicatori, e di altri non presentati qui, possa variare da una destinazione all'altra. La selezione finale degli indicatori dovrebbe essere effettuata solo dopo aver consultato tutti i soggetti interessati nella fase di scelta strategica della formulazione della strategia.

Il monitoraggio sulla base di alcuni indicatori può essere effettuato tramite osservazione diretta o misurazione sul terreno. Tuttavia, una serie di indicatori chiave richiede un feedback da parte dei visitatori, delle attività turistiche e della comunità locale, che si può ottenere nel modo migliore passandoli regolarmente in rassegna. L'allegato contiene anche alcune informazioni sui processi di indagine.

Strumenti di assistenza all'adozione di politiche ed azioni di sostenibilità

Il piano risultante dovrebbe contenere una serie di azioni per migliorare la sostenibilità nella destinazione. Queste richiederanno probabilmente l'applicazione di varie tecniche di gestione e controllo. L'UNWTO e l'UNEP hanno recentemente pubblicato guide sulla gamma di strumenti importanti che possono essere utilizzati per rendere il turismo più sostenibile. Un'efficace pianificazione spaziale e del territorio e il controllo dello sviluppo sono considerati assolutamente cruciali per garantire che il nuovo sviluppo turistico abbia dimensioni e tipologia adatti alle necessità della comunità e dell'ambiente locali. I piani per l'utilizzo di spazio e territorio dovrebbero allinearsi alla strategia per il turismo sostenibile. Il processo può essere sostenuto dai requisiti per la valutazione dell'impatto ambientale (o valutazione di sostenibilità allargata) dei progetti proposti. Dovranno essere intraprese azioni per ottenere una maggior coerenza a livello europeo nell'applicazione di tali processi al turismo, tramite la creazione di guide alla pianificazione e allo scambio di buone pratiche. L'investimento nella fornitura di infrastrutture e servizi da parte delle autorità locali, a volte in collaborazione con il

settore privato, ha un'importanza critica a livello di destinazione turistica. I progetti relativi comprendono servizi pubblici, progetti di riciclaggio, sistemi di fornitura idrica e di eliminazione dei rifiuti efficienti. Particolare attenzione andrebbe posta alla pianificazione dei trasporti integrati, al fine di ridurre la congestione ed incoraggiare l'esplorazione all'interno della destinazione con mezzi altri rispetto alla macchina, con i relativi investimenti in infrastrutture, servizi ed informazioni. Altri strumenti possono essere utilizzati, a livello di destinazione, per influenzare la sostenibilità delle attività (ad es., creazione di capacità, certificazione volontaria e incentivi finanziari) e il comportamento dei turisti (ad es., marketing e informazione e codici di condotta). Questi aspetti sono trattati più oltre in questo capitolo.

Infine, si dovrà prestare attenzione al rafforzamento e alla comprensione dei problemi della sostenibilità e all'acquisizione delle relative capacità gestionali a livello di destinazione, tramite la creazione di capacità e la formazione dei funzionari locali. Questo potrebbe comprendere lo sviluppo di una rete di conoscenze, basata sul web, per la gestione sostenibile delle destinazioni, che comprenda sezioni dedicate all'inserimento dei dati per facilitare l'analisi comparativa e la condivisione di esempi di *best practice* da tutta Europa. Per rafforzare il processo, potrebbe essere creata una rete di destinazioni.

Imprese sostenibili

Un secondo meccanismo per ottenere un turismo più sostenibile richiede di indurre le imprese ad adottare la sostenibilità. Alcune priorità ed azioni pensate per le imprese deriveranno dai piani di gestione delle destinazioni, ma le politiche e le azioni possono essere stabilite ed applicate alle imprese anche a tutta una serie di altri livelli e tramite una serie di processi. Le associazioni degli imprenditori hanno un ruolo particolarmente importante, grazie all'influenza che esercitano sulle azioni dei propri membri.

Correlare competitività e sostenibilità

Un requisito primario delle attività turistiche è rimanere competitive. Le azioni intraprese a sostegno di questo devono essere considerate parte del processo di creazione della sostenibilità. Esse possono essere correlate all'obiettivo chiave della stagionalità della domanda, ma anche a questioni più generali, come la qualità del servizio. Creare un clima lavorativo favorevole, fornire destinazioni sicure e stabili, creare e promuovere gli standard di qualità, minimizzare le pratiche burocratiche non necessarie, fornire formazione specialistica e aiutare ad ottenere l'accesso ai mercati sono tutte forme importanti di sostegno professionale. L'agenda della sostenibilità, tuttavia, cerca di influenzare ulteriormente gli imprenditori, incoraggiandoli a pensare a lungo termine e a fornire vantaggi economici, sociali e ambientali più vasti, garantendo allo stesso tempo la vitalità e la concorrenza. Gli obiettivi chiave del fornire lavori di qualità, minimizzare l'uso delle risorse, sostenere le comunità, promuovere il trasporto sostenibile e migliorare l'accessibilità dipendono tutte in parte dai riscontri provenienti dall'imprenditoria.

Promuovere la responsabilità sociale d'impresa e il dialogo sociale

In generale, la Commissione Europea ha privilegiato un approccio volontaristico, tendendo a seguire una linea che sostiene che la regolamentazione delle imprese su questioni di sostenibilità deve essere promossa solo quando strettamente

necessario. Questo segue la strategia di Lisbona, che abbraccia i principi di una regolamentazione migliore, piuttosto che più ampia. A sua volta, però, la Commissione chiede alla comunità imprenditoriale di dimostrare pubblicamente il proprio impegno per lo sviluppo sostenibile, e di aumentare il proprio impegno per la responsabilità sociale d'impresa (CSR). Mentre la maggior parte delle società più grandi ha politiche formali relativamente alla CSR e includono tali attività nelle proprie relazioni, questo non succede nelle piccole aziende. Si tratta di un obiettivo particolare per il settore del turismo, data la predominanza delle piccole e microimprese. Il lavoro della Commissione per porre in relazione la CSR con le piccole imprese è particolarmente importante qui, e deve essere sostenuto. In generale, l'onere della spesa per le piccole imprese, per l'adozione della gestione ambientale e di altre misure deve essere riconosciuto e riflesso negli aiuti a tali imprese. Il dialogo sociale tra imprese, lavoratori e i loro rappresentanti è sottolineato quale concetto chiave per la sostenibilità delle attività turistiche. Questo ha a che fare, in parte, con l'assicurarsi che le imprese osservino i regolamenti del lavoro internazionali e locali esistenti, ma anche con il rafforzamento dell'impegno volontario per obiettivi economici, sociali e ambientali più ampi per conto dei datori di lavoro e dei dipendenti assieme.

Passi e strumenti per influenzare le imprese

Una sequenza logica di passi può essere adottata per far muovere le imprese verso l'integrazione delle questioni di sostenibilità nelle rispettive pratiche gestionali.

1 Raccolta di sapere e ricerca

Sono necessarie più informazioni sulle percezioni imprenditoriali dell'agenda di sostenibilità, delle barriere che devono affrontare nell'adattarsi, e dei motori del cambiamento a cui possono rispondere. Allo stesso tempo, ulteriori ricerche sulle tendenze e le percezioni di mercato e sui guadagni finanziari che potrebbero essere ottenuti dalla gestione ambientale potrebbero essere utili per stimolare e guidare le attività. La raccolta di informazioni dovrebbe consentire al settore di mantenersi aggiornato sugli avanzamenti tecnologici più recenti.

2 Creazione di consapevolezza

Sono necessarie comunicazioni eccellenti per incoraggiare una risposta da parte delle attività turistiche. Un'opportunità chiave deriva dal lavorare tramite le associazioni di settore ad ogni livello (europeo, nazionale e locale) alla ricerca di un impegno e di una pressione dei pari grado tra le imprese che ne fanno parte. Guidare tramite l'esempio, promuovendo le storie di successi pratici, costituisce un approccio eccellente. Sarà inoltre utile per aumentare la consapevolezza delle questioni di sostenibilità tra i servizi di supporto alle aziende.

3 Istruzione e creazione di capacità

È possibile ottenere molto tramite consulenze e formazione mirate. Queste potrebbero comprendere:

- La produzione e distribuzione di elenchi e guide, magari legati a processi di autovalutazione.
- L'inclusione delle questioni di sostenibilità in tutti i piani di studio per il turismo e l'ospitalità.
- La messa a disposizione di corsi specifici per le aziende esistenti e i loro dipendenti. I corsi saranno brevi, mirati e facilmente accessibili.
- La messa a disposizione di consulenze professionali alle aziende riguardo alla sostenibilità e alla semplificazione dei contatti business-to-business.

- La creazione di una rete di conoscenze e di un sito web sulla sostenibilità.
- La facilitazione dell'analisi comparativa tra aziende e la promozione delle buone pratiche.
- La comunicazione e promozione di iniziative semplici o idee innovative che possano essere promosse in tutta Europa, come ad esempio l' "azione dell'anno".

4 Incentivi ed assistenza finanziari

Gli strumenti economici possono essere utilizzati come incentivi, in modo che tutto il sostegno finanziario offerto comprenda, ove appropriato, il requisito dell'adesione ai criteri di sostenibilità. L'assistenza finanziaria, ad esempio per l'isolamento e l'introduzione di tecnologia a bassa energia, può anche essere fornita specificatamente per consentire alle imprese di effettuare i cambiamenti necessari. Tasse ed oneri possono essere utilizzati per influenzare il comportamento delle imprese, ma dovrebbero mirare al raggiungimento di specifici obiettivi ambientali, piuttosto che alla semplice generazione di introiti, e dovrebbero essere applicate equamente e in modo generalizzato.

5 Criteri, identificazione e premiazione della performance

Le ricerche UE sulla CSR hanno evidenziato che le imprese tendono a cercare un riconoscimento per quanto hanno fatto per adottare la sostenibilità. La certificazione delle imprese sulla base di criteri concordati di performance potrebbe essere uno strumento importante sia come incentivo per le imprese, sia per informare la scelta del consumatore. In Europa vi sono molti programmi di certificazione delle imprese turistiche che hanno raggiunto determinati livelli di sostenibilità, ma la loro adozione e il loro profilo sono rimasti bassi. È possibile fare diverse cose per migliorare la situazione, come ad esempio:

- Rafforzare il coordinamento tra i piani di etichettatura esistenti a livello internazionale e nazionale e con l'etichetta del Fiore Europeo (European Flower, da semplificare) sulla base di criteri essenziali concordati. Vi sono tentativi, a livello internazionale, di accreditare le etichette di sostenibilità nel turismo.
- Assicurarsi che i piani di certificazione includano l'intera gamma delle questioni relative alla sostenibilità, compresi gli impatti socio-economici e ambientali.
- Collegare la certificazione di sostenibilità alla certificazione di qualità.
- Promuovere più attivamente tali piani tra imprese e consumatori.
- Tenere conto della certificazione nel fornire assistenza finanziaria, marketing e appalti.
- Offrire e pubblicizzare premi per prestazioni eccezionali.
- Creare piani di certificazione ottimizzati, a livello di destinazioni o gestiti da tour operator, che consentirebbe ad un maggior numero di raggruppamenti di imprese di partecipare.

Turisti responsabili

Per poter ottenere progressi autentici sulla strada del turismo sostenibile, i turisti stessi devono riflettere le preoccupazioni per la sostenibilità nelle loro scelte di viaggio e di comportamento. È molto più probabile che l'industria del turismo risponda ad un approccio che proviene dal mercato. Gli obiettivi chiave più sensibili alle scelte di

mercato sono quelli relativi alla stagionalità della domanda, alla modalità di trasporto, al contributo alla prosperità locale e all'impatto sulle risorse naturali e culturali. Il comportamento responsabile da parte dei turisti nei confronti dell'ambiente e delle comunità locali è particolarmente importante nell'influire sull'impatto del turismo nei paesi in via di sviluppo, che può derivare dal comportamento dei turisti stessi e anche dalla loro scelta degli operatori e delle aziende che adottano buone pratiche.

Il turismo può essere influenzato, in parte, stimolando la consapevolezza del suo impatto e creando preoccupazione in merito, e anche fornendo informazioni specifiche per influenzare e facilitare scelte ed azioni appropriate.

Istruzione

Le preoccupazioni per le questioni di sostenibilità possono essere instillate fin da piccoli, tramite l'insegnamento nelle scuole. Nella maggior parte dei paesi questo insegnamento è già una parte importante dei programmi scolastici. Esso dovrebbe comprendere informazioni sulle ripercussioni su viaggi e vacanze. L'istruzione può inoltre stimolare l'interesse per l'esplorazione, oltre che per la conservazione, del patrimonio naturale e culturale. Materiali didattici e di altro tipo possono fornire una guida in questo senso.

Comunicazione

La promozione creativa può rivelarsi uno strumento potente per influenzare i visitatori. Ci si dovrebbe concentrare sulla promozione di messaggi ed opportunità positivi, piuttosto che sulle limitazioni – sottolineando i modi in cui è possibile viaggiare in modo sostenibile. Gli esempi comprendono la promozione delle vacanze fuori stagione, delle modalità di trasporto sostenibili, come camminare e andare in bicicletta. Bisognerebbe poi prestare particolare attenzione ad evidenziare, negli opuscoli pubblicitari e sui siti web, eventuali certificazioni di sostenibilità.

Le informazioni presenti nella destinazione, fornite dalle imprese oltre che dalle autorità locali, possono essere molto importanti – ad esempio, possono riguardare i prodotti locali da acquistare, come esplorare la zona senza l'auto, la qualità dell'acqua, ecc..

I viaggi sostenibili all'interno dell'Europa e a livello internazionale, hanno ricevuto una significativa copertura nella stampa di settore di molti paesi. Questo ha fatto crescere la consapevolezza dei problemi esistenti e ha promosso opzioni di viaggio responsabili. Le guide turistiche commerciali e i siti web hanno una forte influenza sulle scelte di viaggio e devono essere incoraggiati a tener conto dei problemi della sostenibilità nei rispettivi editoriali e tra gli argomenti trattati.

Lavorare con intermediari

I tour operator continuano ad avere un'influenza considerevole sulle scelte dei consumatori. In vari paesi europei le reti di tour operator hanno abbracciato il concetto di sostenibilità e stanno promuovendo le buone pratiche tra i propri membri. I tour operator possono inoltre esercitare una considerevole influenza sui fornitori di servizi turistici e molti di essi stanno già selezionando le aziende con cui lavorare sulla base dei criteri di sostenibilità. Questi operatori dovrebbero essere incoraggiati e sostenuti in questo processo, nonché essere portati maggiormente all'attenzione dei consumatori.

Le associazioni di consumatori (come i club automobilistici, di turismo e di viaggio e i gruppi di interessi speciali) e le ONG che si occupano di conservazione sono in ottima posizione per promuovere la sostenibilità e fornire le informazioni appropriate ai propri soci. Dovrebbe esserci una maggiore collaborazione tra tali associazioni e con l'industria.

Regolamenti e codici di condotta

In alcune situazioni, il comportamento dei consumatori deve essere controllato da regolamenti e statuti, ad esempio in riferimento ad attività particolari in aree naturali sensibili. Un approccio alternativo che si è dimostrato valido in alcuni luoghi è l'emissione di linee guida e codici di condotta, che devono essere formulati in modo positivo e spiegati bene, e sviluppati assieme alle imprese e agli altri interessi locali. Sarebbe utile inoltre un maggiore scambio di esperienza pratica sull'adozione di tali approcci in varie parti d'Europa.

Prezzi e oneri

È possibile utilizzare diversi meccanismi di prezzo per influenzare il comportamento dei turisti, offrendo sconti e imponendo oneri. Ad esempio, i pedaggi stradali si sono dimostrati molto efficaci nel ridurre la congestione, a patto che vi siano trasporti alternativi all'auto.

Un problema particolare, comune in tutta Europa, è la mancanza di risorse finanziarie per la tutela ambientale e la manutenzione. Questo si abbina a significativi vantaggi per i turisti, derivanti dal godimento di servizi gratuiti e da un livello apparentemente elevato di disponibilità a pagare. Riportiamo due approcci possibili alla raccolta di fondi dai visitatori:

- Oneri o tasse obbligatori, quando sia possibile un'equa imposizione su tutti i turisti
- Raccogliere contributi volontari dai turisti. Questo si è dimostrato un successo quando è stato promosso come un programma "opt-out" (viene effettuato un addebito a meno che il consumatore non indichi che non desidera pagarlo), in quanto richiede uno sforzo minimo da parte del turista.

Qualunque approccio si adotti, è importante assicurare il turista che i fondi raccolti saranno utilizzati per scopi specifici di tutela e gestione ambientale, e per fornire informazioni ai turisti stessi su come vengono spesi. Qualsiasi addebito non dovrebbe essere applicato esclusivamente tramite certi tipi di attività turistiche, come ad esempio l'alloggio, né comportare oneri addizionali per le imprese, che ne mettono in pericolo la competitività. L'intero settore richiede uno studio più attento e uno scambio di conoscenze a livello europeo.

5 Responsabilità delle azioni

I capitoli precedenti hanno indicato una serie di azioni da intraprendere per rendere più sostenibile il turismo europeo. Questo capitolo riassumerà le responsabilità delle azioni dei vari partecipanti ai vari livelli.

Innanzitutto, verranno identificate le responsabilità generali a ogni livello e per ogni ente. Poi, le Tabelle 1a e 1b evidenzieranno le responsabilità per le azioni specifiche relative ai tre meccanismi principali e gli otto obiettivi chiave presentati in questa relazione. Sebbene le responsabilità siano presentate separatamente per i vari soggetti, è necessario che questi lavorino assieme, anche attraverso partnership tra pubblico e privato.

Commissione Europea

La Commissione Europea dovrebbe essere il principale protagonista nel coordinamento delle azioni a livello europeo. Molti degli argomenti discussi in questa relazione hanno conseguenze per una serie di funzioni della Commissione e fanno riferimento a diverse aree della politica. Di conseguenza, è necessario un maggiore coordinamento tra tali funzioni nell'affrontare la questione del turismo sostenibile. La Commissione dovrebbe relazionare il Parlamento e il Consiglio regolarmente sulle politiche e sulle azioni da adottare per rendere il turismo più sostenibile. Le responsabilità primarie comprendono:

- L'inclusione della sostenibilità in tutte le politiche e le azioni relative al turismo.
- La garanzia che l'UE finanzia solamente i progetti che seguono linee di sviluppo sostenibile.
- L'utilizzo di fondi, ove appropriato, per far fronte agli obiettivi e sostenere i processi delineati in questa relazione.
- L'incoraggiamento agli Stati membri a perseguire un turismo più sostenibile, in linea con questa relazione, e a segnalare regolarmente le politiche e le azioni adottate.
- Fornire un quadro politico di sostegno per lo sviluppo integrato e l'adozione di strategie di turismo sostenibile a livello di destinazione turistica locale, assieme agli Stati membri.
- L'esecuzione e diffusione di ricerche su argomenti correlati in tutta Europa.
- L'identificazione e la diffusione di esempi di buone pratiche.
- Il sostegno all'acquisizione e alla condivisione di conoscenze e professionalità per rendere il turismo più sostenibile.
- L'assistenza al coordinamento dei criteri di performance a livello europeo.
- La misurazione dell'impatto del turismo e l'individuazione di indicatori di base e di statistiche sulla sostenibilità del turismo.
- Riflettere la sostenibilità nelle proprie pratiche di viaggio e d'appalto.
- La direzione dei programmi di aiuti europei ai progetti di turismo sostenibile nei paesi in via di sviluppo e l'assistenza al coordinamento dei programmi bilaterali ideati allo scopo.

Governi degli Stati Membri

Le responsabilità elencate qui possono applicarsi ai governi nazionali o regionali, a seconda della struttura politica e della localizzazione della responsabilità per il turismo nei vari Stati membri. Le responsabilità primarie comprendono:

- Fornire impegno politico per il turismo sostenibile.
- Incorporare gli obiettivi e i principi di sostenibilità nelle politiche e nelle strategie per il turismo.
- Assicurarsi che i problemi del turismo siano compresi in e riflessi dalle politiche più ampie concernenti l'ambiente, la cultura, i trasporti, le comunità e lo sviluppo sostenibile.
- Lavorare in tutto il governo e con altri soggetti interessati per formulare e varare politiche e strategie (come ad esempio lo schema delle vacanze scolastiche).
- Affrontare i problemi della sostenibilità nell'utilizzo dei programmi di finanziamento UE per il turismo, come indicato sopra, compreso il finanziamento di azioni appropriate, così come indicate in questo rapporto.
- Intraprendere azioni analoghe per quanto riguarda i propri programmi di finanziamento.
- Sviluppare indicatori di sostenibilità del turismo a livello nazionale o regionale, con i relativi monitoraggio e rendicontazione, e identificare e coordinare gli indicatori da utilizzare a livello di destinazione turistica.
- Creare i relativi programmi di istruzione, formazione, sostegno alle aziende e marketing.
- Dare impulso a e sostenere le ricerche relative.
- Sostenere attivamente l'adozione di programmi di certificazione ed etichettatura e le relative promozioni presso i consumatori.
- Incoraggiare e facilitare la creazione di Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni turistiche (Destination Management Organisations - DMO).
- Creare contesti e programmi per sostenere la gestione sostenibile delle destinazioni turistiche.
- Riflettere la sostenibilità nelle proprie pratiche di viaggio e d'appalto.
- Sostenere il turismo sostenibile nelle attività di sviluppo internazionali.

Autorità locali/Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni turistiche

Le autorità locali sono protagonisti chiave nella pianificazione e gestione del turismo e nel far fronte al suo impatto. Dovrebbero lavorare assieme, con il settore privato e con i gruppi di interesse della comunità, creare Organizzazioni per la Gestione delle Destinazioni turistiche. In alcuni Stati membri la funzione di DMO può essere affidata alle regioni.

Le responsabilità primarie comprendono:

- Stabilire meccanismi e strutture con più soggetti interessati, per lo sviluppo e l'adozione di strategie e piani d'azione di turismo sostenibile.
- Fornire guida e facilitare il coordinamento e i contatti di rete.
- Assicurarsi che funzionari e uomini politici siano a conoscenza dei problemi della sostenibilità.
- Rafforzare le risorse finanziarie e di personale dedicate alla gestione del turismo.
- Stabilire i relativi indicatori e monitorare l'impatto.

- Fornire e mantenere le relative infrastrutture e servizi.
- Riflettere la sostenibilità in una serie di comunicazioni turistiche e di servizi di supporto.
- Fornire una pianificazione efficace dell'uso del territorio e il controllo dello sviluppo, oltre ad una serie di altri strumenti importanti.
- Promuovere importanti campagne di istruzione rivolte ai residenti, ai turisti e agli operatori.
- Riflettere la sostenibilità nelle proprie pratiche di viaggio e d'appalto.

Imprese turistiche

Il livello di risposta delle imprese turistiche è un elemento critico per raggiungere un turismo più sostenibile. La chiave di questo obiettivo non è data solamente dalla risposta individuale, ma dal sostegno e l'impegno di enti ed associazioni di settore a livello europeo, nazionale e di destinazione turistica, comprese le associazioni di settore e le reti informali.

Le responsabilità primarie comprendono:

- Partecipazione attiva alle strutture ed attività di gestione delle destinazioni turistiche locali.
- Prendere in considerazione i fattori ambientali e sociali nel prendere decisioni su investimenti e prezzi.
- Promuovere una più ampia diffusione degli approcci di Responsabilità Sociale d'Impresa e impegnarsi nel dialogo sociale.
- Sviluppare sistemi di gestione ambientale realizzabili.
- Assicurarci che le politiche di occupazione siano eque.
- Rafforzare le relazioni con la comunità locale.
- Controllare che il personale sia a conoscenza dei problemi della sostenibilità.
- Applicare considerazioni di sostenibilità alla revisione delle catene di fornitura e delle attività d'appalto, compresi i viaggi.
- Fornire informazioni importanti ai visitatori ed aiutarli a viaggiare in modo più sostenibile.
- Partecipare a progetti a carattere volontario per la protezione del patrimonio naturale e culturale e il sostegno delle comunità locali.

Altri Enti

Vi sono vari altri tipi di organizzazioni che hanno un ruolo importante nello stimolare, monitorare, sostenere ed influenzare un turismo più sostenibile. Tra le più importanti troviamo:

Strutture di istruzione e ricerca

Questi enti hanno un ruolo chiave nel promuovere la ricerca e la comprensione dei problemi della sostenibilità del turismo. Università, college e altre istituzioni di istruzione dovrebbero includere le preoccupazioni per la sostenibilità nei propri corsi di turismo tradizionali, e fornire corsi più specifici su determinati argomenti. Le scuole primarie e secondarie dovranno presentare la questione del turismo sostenibile agli alunni fin dall'inizio.

Sindacati

Il loro ruolo primario è quello di rappresentare gli interessi dei dipendenti nel settore del turismo e di impegnarsi nel dialogo sociale e nei negoziati con le imprese e le

associazioni dei datori di lavoro. Grazie a ciò, forniscono uno dei contributi principali alla garanzia di sostenibilità sociale, nel contesto della produzione di vantaggi economici e responsabilità ambientale. Potranno essere coinvolti anche nell'offerta di vacanze e nel sostegno del turismo sociale.

Associazioni di consumatori

Le associazioni che comunicano direttamente con i propri soci, o indirettamente con il pubblico che viaggia in generale, sono in ottima posizione per trasmettere messaggi di sostenibilità e informazioni specifiche, oltre che per fornire un feedback. Le associazioni con un'ampia base di iscritti, come i club automobilistici o di viaggi, hanno un ruolo particolarmente importante.

ONG

Un'ampia gamma di ONG a livello internazionale, europeo, nazionale e locale rappresenta diversi aspetti della sostenibilità. Tra queste possono esserci enti e reti sociali ed ambientali. Queste organizzazioni hanno un ruolo molto importante, in quanto contribuiscono alla creazione di politiche, alla ricerca, alla creazione di standard, certificazioni e comunicazioni.

Organizzazioni internazionali

Le agenzie delle Nazioni Unite e altri organismi internazionali dovrebbero essere invitati a lavorare con l'Unione Europea e con altri soggetti interessati a livello europeo e nazionale (ove appropriato, tramite accordi o memorandum d'intesa) per sviluppare, coordinare e adottare politiche sostenibili per il turismo e promuovere l'adesione alle stesse in Europa e nel mondo. Dovrebbero inoltre coordinare il proprio lavoro sull'uso del turismo come strumento per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio.

Turisti

I turisti dovranno riconoscere l'impatto dei loro viaggi e delle attività accessorie e accettare la propria responsabilità nel renderli più sostenibili.

Le responsabilità primarie comprendono:

- Scegliere opzioni di trasporto e alloggio più sostenibili.
- Distribuire le ferie lungo tutto il corso dell'anno.
- Ridurre l'uso di elettricità ed acqua nella destinazione turistica.
- Ridurre e riciclare i materiali usati e non lasciare rifiuti.
- Minimizzare l'intrusione, ad esempio in relazione al rumore.
- Raccogliere informazioni per migliorare la propria comprensione delle destinazioni turistiche visitate.
- Rispettare la natura, la cultura e i valori e le tradizioni delle comunità ospiti.
- Sostenere l'economia locale, compreso tramite l'acquisto dei prodotti locali.
- Contribuire a progetti per la protezione del patrimonio naturale e culturale.

Tabella 1a: Quadro d'azione – meccanismi di attuazione

	Unione Europea	Stato Membro	Autorità locale/DMO	Imprese turistiche	Altri enti
Destinazioni turistiche sostenibili	Promuovere un modello di gestione sostenibile della destinazione turistica. Creare una rete di conoscenze europea e un'analisi comparativa per le destinazioni turistiche.	Fornire sostegno alle destinazioni turistiche locali nel contesto del quadro normativo nazionale. Sostenere le reti di conoscenze. Sviluppare i relativi programmi di formazione. Creare misure ed indicatori e una base comune per l'analisi comparativa.	Creare un ente di soggetti interessati Sviluppare una strategia e un piano d'azione. Rafforzare la pianificazione/controllo dell'utilizzo del territorio. Investire nelle infrastrutture. Utilizzare indicatori e processi di monitoraggio.	Partecipare attivamente alle strutture ed attività di gestione delle destinazioni turistiche.	Organi di Istruzione/Ricerca: Supporto tecnico allo sviluppo di politiche, alla pianificazione, gestione ed adozione di indicatori. Ricerca sulle buone pratiche. Formazione alla sostenibilità per i gestori delle destinazioni turistiche. ONG ed associazioni: Partecipare attivamente alle strutture ed attività di gestione delle destinazioni turistiche.
Imprese sostenibili	Promuovere ulteriormente la CSR tra le PMI. Fare ricerche sulle barriere alle imprese e sulle tendenze di mercato. Coordinare i programmi di certificazione. Creare una rete di conoscenze e un'analisi comparativa per le imprese. Promuovere azioni a livello europeo e idee innovative. Ottenere sostenibilità.	Creare un ambiente con politiche di sostegno. Ricerca e diffusione Orientare i servizi di supporto alle aziende verso la sostenibilità. Creare materiali di consultazione. Sostenere i programmi di certificazione. Trovare assistenza finanziaria Ottenere sostenibilità.	Favorire la nascita di reti imprenditoriali. Creare marketing per le destinazioni turistiche. Sostenere i servizi di consulenza alle aziende. Promuovere i programmi di certificazione presso le imprese locali. Ottenere sostenibilità.	Organizzazioni ed associazioni sindacali dovranno promuovere la sostenibilità. Occuparsi di servizi di sostegno e certificazione. Adottare sistemi di gestione, di concerto con dipendenti e rappresentanti. Adottare criteri di sostenibilità nella catena di acquisto/fornitura.	Organi di Istruzione/Ricerca: Includere la sostenibilità nella formazione professionale Sviluppare e offrire corsi di formazione mirati sugli aspetti della sostenibilità. Sindacati: Promuovere il dialogo con imprese e datori di lavoro. Promuovere la formazione. Associazioni di consumatori e ONG: Occuparsi dell'individuazione delle buone pratiche e dell'analisi comparativa.
Turisti responsabili	Sostenere lo sviluppo di materiali per l'istruzione Incoraggiare i mezzi di comunicazione e il marketing europei a trasmettere messaggi	Sostenere la sostenibilità nell'istruzione. Sostenere campagne di marketing e sui mass media a livello nazionale.	Includere messaggi di sostenibilità nel marketing. Fornire informazioni dettagliate rilevanti. Identificare e promuovere i prodotti	Includere messaggi di sostenibilità nel marketing. Fornire informazioni rilevanti agli ospiti.	Organi di Istruzione/Ricerca: Includere aspetti relativi al turismo/viaggi nei programmi scolastici su ambiente e sostenibilità. ONG: Fornire informazioni/interpretazioni ambientali e culturali sulle destinazioni turistiche.

	Unione Europea	Stato Membro	Autorità locale/DMO	Imprese turistiche	Altri enti
	di sostenibilità. Studiare codici di condotta e programmi di addebito ai visitatori.	Pubblicizzare i programmi di certificazione.	certificati.		Associazioni di consumatori e ONG: Promuovere i viaggi sostenibili tra i soci.

Tabella 1b: Quadro d'azione – obiettivi di sostenibilità

	Unione Europea	Stato Membro	Autorità locale/DMO	Imprese turistiche	Altri enti
1 Ridurre la stagionalità della domanda	Prendere in considerazione i problemi relativi al coordinamento delle vacanze scolastiche. Studiare l'impatto del cambiamento climatico.	Sviluppare campagne di marketing nazionale fuori stagione. Perseguire la modifica delle vacanze scolastiche.	Stimolare e sostenere prodotti e confezioni creativi. Sviluppare eventi e attività/attrazioni fuori stagione.	Sviluppare offerte creative e differenziali di prezzo.	Sindacati: Incoraggiare schemi di ferie flessibili Negoziare soluzioni per mitigare gli effetti dell'occupazione stagionale. Associazioni di consumatori: Incoraggiare i viaggi fuori stagione.
2 Affrontare l'impatto del trasporto turistico	Tenere in considerazione il turismo nel perseguire politiche e azioni di trasporto sostenibile. Comprendere i viaggi aerei nello scambio di quote di emissione UE. Sostenere la ricerca e le nuove tecnologie. Sostenere le infrastrutture, compresi i servizi trans-europei.	Investire nelle infrastrutture di settore. Promuovere opzioni di trasporto alternative. Introdurre tasse/prezzi equi che riflettano l'impatto. Modificare i mercati obiettivo.	Modificare i mercati obiettivo. Investire nelle infrastrutture e servizi locali. Introdurre tariffe locali. Commercializzare l'accesso senza auto/aereo e fornire informazioni in merito.	Le linee aeree ricercheranno ed introdurranno una tecnologia più pulita. Promuovere opzioni di trasporto alternative. Fornire informazioni rilevanti agli ospiti.	ONG ed associazioni di consumatori: Fornire ai viaggiatori informazioni su possibilità ecologiche alternative. Promuovere e combattere per opzioni di trasporto più pulite.
3 Migliorare la qualità dell'occupazione turistica	Controllare le condizioni d'impiego nel settore. Promuovere e pubblicizzare le buone pratiche.	Controllare le condizioni d'impiego nel settore. Garantire l'adesione agli standard di lavoro. Montare campagne per migliorare il profilo del turismo come percorso professionale.	Sostenere le università locali per quanto riguarda i programmi di formazione. Collaborare con le imprese e le università locali per migliorare il profilo del turismo.	Rispettare le leggi sul lavoro e i contratti collettivi. Migliorare la programmazione e la gestione delle Risorse Umane. Collaborare con i dipendenti e i sindacati per migliorare le condizioni di lavoro.	Organi di Istruzione/Ricerca: Rafforzare la formazione professionale turistica Offrire programmi di apprendimento continuo. Sindacati: Perseguire il miglioramento delle condizioni d'impiego nel settore. Collaborare con imprese e dipendenti per alzare e rispettare gli standard. Sostenere i programmi di formazione. Aiutare a migliorare il profilo del percorso professionale turistico.

4 Mantenere ed aumentare la prosperità e la qualità della vita della comunità in presenza di cambiamenti	<p>Usare in modo sensibile i programmi di finanziamento per ristrutturazioni ed agricoltura.</p> <p>Occuparsi dell'individuazione in vari tipi di destinazioni turistiche.</p> <p>Studiare l'impatto e il controllo delle seconde case.</p>	<p>Utilizzare in modo sensibile i finanziamenti dell'Unione Europea e nazionali.</p> <p>Fornire una guida alla pianificazione dell'utilizzo del territorio per quanto riguarda il turismo.</p>	<p>Coinvolgere la comunità locale nelle strategie turistiche.</p> <p>Rafforzare la pianificazione/controllo dell'utilizzo del territorio.</p> <p>Incoraggiare la ritenzione degli introiti turistici.</p> <p>Promuovere le reti business-to-business e la catena di fornitura locale</p>	<p>Rafforzare il ricorso a fonti locali di manodopera, beni e servizi</p> <p>Rafforzare la catena di fornitura locale.</p>	
---	---	--	--	--	--

	Unione Europea	Stato Membro	Autorità locale/DMO	Imprese turistiche	Altri Enti
5 Minimizzare l'uso delle risorse e la produzione di rifiuti	<p>Promuovere l'adozione di standard appropriati, supportati dalla certificazione.</p> <p>Promuovere e pubblicizzare le buone pratiche.</p>	<p>Promuovere l'adozione di standard appropriati, supportati dalla certificazione</p> <p>Identificare, promuovere e pubblicizzare le buone pratiche.</p> <p>Rafforzare i servizi di consulenza e di formazione</p>	<p>Collaborare con le imprese locali per migliorare la pratica.</p> <p>Fornire informazioni rilevanti sui visitatori.</p> <p>Controllare le condizioni ambientali</p> <p>Investire nelle infrastrutture elettriche/idriche/di smaltimento rifiuti.</p>	<p>Sviluppare sistemi di gestione ambientale.</p> <p>Partecipare alla formazione e certificazione.</p> <p>Fornire agli ospiti informazioni sulla conservazione delle risorse.</p>	<p>Organi di Istruzione/Ricerca: Fornire corsi alle imprese e al relativo personale sulla gestione ambientale.</p> <p>ONG/associazioni: Incoraggiare imprese e turisti ad essere responsabili.</p>
6 Proteggere e valorizzare il patrimonio naturale e culturale	<p>Correlare turismo e politiche di tutela ambientale.</p> <p>Promuovere il turismo culturale e i programmi di sostegno per la salvaguardia del patrimonio culturale materiale e immateriale.</p> <p>Sostenere le reti di area protetta e il programma Natura</p>	<p>Correlare turismo e politiche di tutela ambientale.</p> <p>Rafforzare le risorse per la tutela ambientale</p> <p>Incoraggiare le aree protette a preparare strategie di turismo sostenibile.</p> <p>Incoraggiare prodotti/interpretazioni di qualità.</p> <p>Promuovere programmi</p>	<p>Controllare le risorse del patrimonio locale e sostenerne la tutela e l'interpretazione.</p> <p>Promuovere la differenziazione locale.</p> <p>Rafforzare la pianificazione/controllo dell'utilizzo del territorio.</p> <p>Monitorare l'impatto su cultura/patrimonio.</p> <p>Promuovere programmi</p>	<p>Minimizzare l'impatto delle attività sulla natura.</p> <p>Investire nell'uso sensibile degli edifici/risorse protette e nella gestione sostenibile del territorio.</p> <p>Utilizzare e promuovere prodotti e artigianato locali.</p> <p>Sostenere i programmi di contribuzione da</p>	<p>Organi di Istruzione/Ricerca: Rafforzare la formazione professionale nel settore della tutela e gestione ambientale.</p> <p>Le ONG di tutela ambientale devono sostenere il turismo sostenibile come incentivo per la tutela ambientale.</p>

	2000 Studiare i meccanismi di addebito ai visitatori.	di contribuzione da parte dei visitatori.	di contribuzione da parte dei visitatori.	parte dei visitatori.	
7 Dare accesso alle ferie a tutti	Studiare e promuovere le buone pratiche. Promuovere il concetto e i modelli di turismo sociale.	Creare standard di accessibilità. Prendere in considerazione programmi di supporto del turismo sociale (ad es., buoni vacanze).	Monitorare l'adesione agli standard . Fornire informazioni sull'accessibilità. Incoraggiare l'offerta di vacanze alla portata di tutti.	Migliorare l'accessibilità alle loro strutture. Partecipare a programmi di turismo sociale.	Sindacati: Promuovere l'adesione al diritto dei lavoratori alle ferie. Promuovere programmi di turismo sociale.
8 Usare il turismo come strumento nello sviluppo sostenibile globale	Riflessi nella politica dei trasporti. Sostenere lo sviluppo del turismo sostenibile tramite EUROPAID. Sostenere i tour operator europei nell'adozione delle buone pratiche. Includere le destinazioni turistiche internazionali nelle reti di conoscenze.	Sostenere lo sviluppo del turismo sostenibile tramite aiuti bilaterali. Sostenere i tour operator/reti nazionali nell'adozione delle buone pratiche. Condividere gli esempi di buone pratiche. Promuovere un comportamento di viaggio responsabile presso i cittadini.	Partecipare allo scambio di competenze ed esperienze con destinazioni turistiche in tutto il mondo.	Tutte le imprese turistiche operanti a livello internazionale dovranno adottare solidi criteri di sostenibilità, direttamente e tramite le catene di fornitura. Fornire informazioni rilevanti ai turisti.	Organi di Istruzione/Ricerca: Sostenere i programmi di scambio internazionali sul turismo sostenibile. Sindacati: Perseguire l'adesione agli standard occupazionali essenziali in tutte le destinazioni turistiche. Organizzazioni internazionali: Partecipare ad iniziative congiunte con gli Stati membri dell'UE e con paesi terzi sull'integrazione della sostenibilità nello sviluppo turistico. ONG: Sostenere la creazione di capacità per il turismo sostenibile.

6 Iniziative raccomandate da intraprendere a livello europeo.

Questo rapporto ha esposto gli obiettivi chiave per rendere più sostenibile il turismo europeo, i meccanismi per affrontarli e le responsabilità dei principali attori. Ha inoltre creato un quadro d'azione generale. Tutte le organizzazioni e i soggetti interessati dovrebbero ora studiare come poter contribuire al meglio alla prosecuzione di questo processo, a tutti i livelli.

Questo capitolo finale contiene una serie di iniziative specifiche che possono essere adottate a livello europeo dalla Commissione Europea e da altre organizzazioni, assieme agli Stati membri. Queste iniziative mirano a rafforzare la conoscenza e la comprensione, i meccanismi di trasferimento, la consapevolezza, le comunicazioni e il coordinamento in tutta l'Europa.

Sarà necessario trovare risorse finanziarie e di altro genere per poter realizzare queste iniziative. Uno dei primi requisiti è quello di studiare la relazione tra iniziative e attività, priorità e piani della Commissione che possono rivelarsi fonti di sostegno. Altre organizzazioni dovranno considerare anche come poter sostenere le iniziative.

Il Gruppo per la Sostenibilità del Turismo è pronto a continuare a fornire consigli ed assistenza, per tenersi aggiornato sulle azioni intraprese e assicurarsi che il progresso sia continuo.

Tabella 2: Iniziative raccomandate

Azione/Iniziativa	Enti chiave	2007			2008			2009			2010		
<p>1 Rendicontazione degli Stati Membri</p> <p>Gli Stati membri dovranno redigere relazioni annuali sulle loro politiche e azioni a sostegno del turismo sostenibile, nel contesto di questo rapporto e della successiva Comunicazione UE. La relazione dovrà includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esistenza e stato delle politiche di sostenibilità nel contesto della strategia turistica nazionale • Azioni intraprese per affrontare gli 8 Obiettivi chiave presentati in questo rapporto. • Azioni intraprese per creare e sostenere la gestione sostenibile della destinazione turistica • Azioni intraprese per influenzare e riconoscere la pratica sostenibile nelle imprese turistiche • Azioni intraprese per promuovere il turismo responsabile presso i consumatori. • Azioni intraprese per migliorare il monitoraggio e l'uso degli indicatori. 	<p>Gli Stati membri fanno rapporto alla CE tramite il Comitato Consultivo per il Turismo (TAC)</p>					X				X			X
<p>2 Reti di conoscenze.</p> <p>Creare una struttura per la condivisione della conoscenza. Si tratta di una struttura basata sul web e che fornirà un veicolo per la diffusione di buone pratiche raccolte in tutta Europa. Sarà creata una serie di reti di conoscenza, basate su siti web, che riguarderanno: destinazioni turistiche; imprese turistiche; istruzione e formazione professionali; e un osservatorio per l'occupazione nel turismo. Le reti e i relativi siti saranno interconnessi. Le fasi di creazione comprendono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinazione di quali progetti ed iniziative esistano già e di come utilizzarli e rafforzarli. • Lancio di siti/iniziativa nuovi/migliorati secondo quanto sopra esposto. • Sforzo combinato per creare e attrezzare il sistema con materiali. 	<p>CE come leader Enti europei e ONG. Gli Stati membri forniranno input e promozione</p>	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X

Azione/Iniziativa	Enti chiave	2007			2008				2009			2010				
<ul style="list-style-type: none"> Promozione delle reti presso gli utenti. 					X	X	X	X	X		X		X		X	
<p>3 Comunicazione</p> <p>Creare un marchio europeo per l’Azione per il Turismo Sostenibile Europeo (o Agenda 21) e distribuirlo.</p> <p>Lanciare l’Azione</p> <p>Creare una serie di conferenze collegate indirizzate ai gestori delle destinazioni turistiche, agli enti commerciali e professionali e alle imprese turistiche. Tutti saranno marcati con l’Azione. Saranno relativi agli 8 obiettivi e ai 3 meccanismi di influenza. La serie potrebbe comprendere:</p> <ul style="list-style-type: none"> Conferenze a livello europeo Conferenze a doppio marchio e sviluppate a livello di Stati membri <p>Lanciare una campagna per i Turisti Europei responsabili, collegata all’Azione. Questo avrà il marchio e il profilo dell’UE, ma gran parte della promozione sarà effettuata negli Stati membri e sostenuta da enti nazionali.</p>	<p>CE</p> <p>CE Stati Membri Enti di Istruzione/ Ricerca e imprese Sindacati</p> <p>CE ETC. Tour operator Media. ONG Stati Membri</p>			X	X											
<p>4 Modello di applicazione della gestione sostenibile della destinazione turistica</p> <p>La Commissione Europea, assieme agli Stati membri e con il contributo dell’UNWTO svilupperà un modello di gestione sostenibile della destinazione turistica. Tale modello dovrebbe incorporare la creazione di strutture coinvolgenti vari soggetti interessati e le fasi dello sviluppo di una strategia di turismo sostenibile e di un piano d’azione, così come descritto in questa relazione.</p> <p>In parallelo alle azioni precedenti, preparerà un manuale sugli indicatori e</p>	<p>CE Stati Membri Rappresentanti delle destinazioni turistiche</p>			X	X	X										
				X	X	X										

Azione/Iniziativa	Enti chiave	2007			2008			2009			2010		
<p>sul monitoraggio del turismo sostenibile a livello di destinazione turistica, e ne effettuerà il lancio.</p>													
<p>5 Progetti pilota</p> <p>Sarà sostenuto un piccolo numero di progetti pilota allo scopo di collaudare il modello e di dimostrare le buone pratiche a terzi. Tali progetti saranno scelti da diversi tipi di destinazioni turistiche – urbane, costiere, rurali e montane. Potranno comprendere destinazioni mature che necessitano di essere rigenerate e destinazioni in via di sviluppo. I progetti potranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concentrarsi su obiettivi specifici • Contenere ricerche attive per il collaudo di certi tipi di approccio e di strumento. <p>L'esperienza derivata dall'iniziativa della Commissione "Destinazioni Europee di Eccellenza" può aiutare, fornendo informazioni per la selezione e la realizzazione dei progetti pilota.</p> <p>Una seconda forma di progetto pilota prevedrà di lavorare con un raggruppamento identificato di imprese per creare un programma attentamente controllato di formazione, consulenza e, ove necessario, investimenti assistiti, seguito dalla certificazione e dal marketing, al fine di misurare prima e dopo cambiamenti e vantaggi. Questo richiederà l'approccio graduale all'influenza sulle imprese, come descritto nel presente rapporto.</p>	<p>CE Stati Membri Destinazioni</p> <p>CE Enti di Istruzione Enti Imprenditoriali Sindacati</p>				X	X	X	X	X	X	X	X	X
<p>6 Progetti di ricerca</p> <p>Saranno intrapresi vari progetti di ricerca, così come identificati nel corso di questo rapporto. Tra questi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una rassegna delle informazioni statistiche essenziali per aiutare 	<p>CE Altri Enti internazionali ed europei.</p>	X	X	X									

Azione/Iniziativa	Enti chiave	2007		2008			2009			2010						
<p>nell'analisi comparativa dei problemi di sostenibilità.</p> <ul style="list-style-type: none"> Ricerca di mercato sulla consapevolezza ambientale e sulla risposta a livello europeo, in vari paesi. Valutazione oggettiva dei costi e dei vantaggi d'impresa derivanti dai programmi di sostenibilità. Valutazione dell'impatto di varie misure di riduzione delle emissioni da trasporti turistici sul turismo e sul cambiamento climatico. Ricerca sul consumo e la produzione sostenibili nella catena di valore del turismo. Uno studio del possibile impatto del cambiamento climatico sul turismo in Europa, e sui modelli stagionali. Uno studio dell'impatto delle seconde case, comprese tendenze, previsioni e buone pratiche nell'affrontare il problema. Un'indagine sulle possibilità di ottenere profitti dai turisti al fine di sostenere la tutela e la gestione ambientale, compresi oneri obbligatori e processi su base volontaria, sulla base della casistica e dei test di mercato. Un breve studio dell'applicazione dei codici di condotta come strumenti per influenzare il comportamento dei visitatori. Ricerca attiva sull'applicazione di indicatori e sul monitoraggio. <p>I risultati saranno inseriti nelle reti di conoscenza e nelle conferenze.</p>	Enti di Istruzione/ricerca a ONG	X	X	X												
<p>7 Coordinamento di istruzione e formazione</p> <p>Si lavorerà a livello europeo per creare e/o coordinare moduli di istruzione e formazione, con i relativi materiali, per diversi livelli e scopi di istruzione:</p> <ul style="list-style-type: none"> Scuole primarie e secondarie e istruzione superiore – generare interesse e trasmettere i concetti di base Formazione al turismo, livello di base – moduli sul problema della 	CE alla guida delle azioni a livello europeo Lavoro parallelo a livello di Stato membro, con															

Azione/Iniziativa	Enti chiave	2007			2008			2009			2010					
<p>sostenibilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programmi di formazione aziendale sostenibile a livello manageriale • Corsi specifici su consapevolezza/professionalità per il personale • Formazione al turismo sostenibile per gestori di destinazioni turistiche • Formazione al turismo sostenibile per gestori di aree protette e elementi del patrimonio culturale. <p>Le azioni da intraprendere comprendono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutazione della considerevole quantità di lavoro e dei programmi esistenti correlati all'argomento • Seminari con operatori del settore dell'istruzione e della formazione e rappresentanti degli utenti finali, per sviluppare un lavoro di rafforzamento/coordinationo • Sviluppo di programmi, corsi e materiali di istruzione/formazione. • Lancio dell'iniziativa <p>L'iniziativa sarà correlata al recente lavoro della CE di preparazione di linee guida per la creazione di aree di apprendimento turistico.</p>	<p>relativo input Enti di istruzione e formazione Rappresentati degli utenti finali (imprese; sindacati; formatori ed insegnanti)</p>															
<p>8 Certificazione volontaria e analisi comparativa</p> <p>Verrà svolto ulteriore lavoro per sostenere il coordinamento dei programmi di certificazione volontaria per la sostenibilità in Europa, basandosi su iniziative già intraprese negli ultimi cinque anni. Questo comprenderà la certificazione delle attività e anche altri aspetti del turismo e anche lavoro sull'attività a livello di UE (ad es., il fiore UE, la Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette) e sul coordinamento dei programmi nazionali/locali (ad es. l'iniziativa VISIT). Il lavoro comprenderà:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutazione delle iniziative e del potenziale/necessità di assistenza • Sostegno per il rafforzamento dell'attività di coordinamento • Promozione per incoraggiare l'avvio di programmi 	<p>CE Agenzie Europee Input parallelo da parte degli Stati membri a sostegno dei loro programmi</p>	X	X	X	X	X	X	X	X							

Azione/Iniziativa	Enti chiave	2007		2008					2009				2010			
L'analisi comparativa delle imprese e delle destinazioni turistiche in relazione agli indicatori e alle misure sarà incoraggiata tramite le reti di conoscenza e i programmi di certificazione, anche attraverso lo sviluppo di strumenti di analisi.				X	X	X	X	X								

ALLEGATO 1

Membri¹⁶ del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo che hanno contribuito al completamento di questo rapporto.

Redattore per conto del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo

Richard Denman rdenman@thetourismcompany.com
Direttore di "The Tourism Company", consultants

Membri del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo(GST) selezionati¹⁷ in qualità di esperti nel campo dell'industria del turismo, delle destinazioni turistiche e della società civile

Klaus Ehrlich president@eurogites.org
Presidente, European Federation of Farm and Village Tourism

Malcom Bell mbell@swtourism.co.uk
Amministratore Delegato, South West Tourism (United Kingdom)

Natalie Ann Flynn mhra@onvol.net
Consulente, Malta Hotels & Restaurants Association

Miguel Hernandez Magan mhernandez@inestur.caib.es
Direttore, Quality Tourism – Governo delle Isole Baleari

Kerstin Howald k.howald@effat.org
*Coordinatore, European Trade Union Liaison Committee on Tourism and Tourism
Segretario di Settore, European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions*

Peter Lane planetplc@aol.com
Presidente, Tourism Site (Rete per lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche in Europa)

Maxi Lange mlange@calvia.com
Comune di Calvià, Maiorca, Isole Baleari

Yves Mannaerts yves.mannaerts@fbaa.be
Membro del consiglio, International Road Transport Union (IRU)

Ludwig Muxel buengermeister@gemeinde.lech.at
Sindaco, Lech (AT) e membro dell'Associazione dei Comuni Austriaci

Manfred Pils Manfred.Pils@verbund.at
Vice Presidente, International Friends of Nature

Lionello F. Punzo punzo@unisi.it
Professore di Economia dello Sviluppo e Direttore dell'Osservatorio per il Turismo Sostenibile dell'Università di Siena.

Germaine Remmers info@remmers-partners.com
EUROCITIES

Agnes Reti agnes.reti@tvnetwork.hu
*Membro del Bureau International du Tourisme Social
Delegato, EDDSZ (Ungheria) (Democratic Trade Union of Health and Social Workers)*

Patrizia Rossi parcalma.rossi@tin.it

¹⁶ Lista completa del GST disponibile sul sito web Europa
http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/index_en.htm.

¹⁷ La selezione di 22 esperti è avvenuta con una richiesta di autocandidature.

Federation of Nature and National Park of Europe (EUROPARC)

Lars Thykier lars@travelassoc.dk
Amministratore Delegato, Associazione degli Agenti di Viaggio e Tour Operator Danesi

Kees Jan Van Ginkel kjanginkel@anwb.
The EuroCouncil of the Federation Internationale de l'Automobile

Membri del GST nominati come esperti degli Stati Membri

Aira Andriksone Aira.Andriksone@em.gov.lv
Capo della Divisione Turismo del Ministero dell'Economia della Repubblica di Lettonia

Harry Coccossis execsec@mintour.gr
Segretario Speciale per la Pianificazione Strategica del Ministero del Turismo e Professore presso l'Università della Tessaglia (Grecia)

Lucio d'Amore lucio.damore@attivitaproductive.gov.it
Responsabile per le Relazioni UE presso il Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo, Presidenza del Consiglio dei Ministri (Italia)

Jan Eriksen fr@friluftsraadet.dk
*Presidente della Foundation for Environmental Education
Amministratore Delegato del Danish Outdoor Council (Danimarca)*

Maria Guardiet de Vera mguardiet@turismodecanarias.com
Tourism Intelligence Coordinator di PROMOTUR, Turismo de Canarias (Spagna)

Jean-Pierre Martinetti jp.martinetti@alpes-haute-provence.com
Direttore, Tourism Development Agency of Alpes de Haute-Provence (Francia)

Tanja Mihalic tanja.mihalic@ef.uni-lj.si
*Presidente, Foundation for Environmental Education (Slovenia)
Professore di Turismo presso la Facoltà di economia dell'Università di Lubiana*

Renate Penitz renate.penitz@bmw.gv.at
Ministero Federale dell'Economia e del Lavoro (Austria)

John Power powerj@ihf.ie
Amministratore Delegato, Irish Hotels Federation (Irlanda)

Apolónia Rodrigues euronet.village@mail.telepac.pt
Project Coordinator, European Network of Village Tourism, Évora Tourism Region (Portogallo)

Maria Schlee, Mandy Stevens maria.schlee@culture.gsi.gov.uk
Department for Culture Media and Sport-Tourism Division (United Kingdom)

Tamás Záhonyi tamas.zahonyi@skynet.be
Delegato dell'Autorità Ungherese per il Turismo (Ungheria)

Membri del GST provenienti da Organizzazioni internazionali

Stefanos Fotiou stefanos.fotiou@unep.fr
Coordinatore del programma per il turismo dell'UNEP

Eugenio Yunis eyunis@unwto.org
Capo del Dipartimento per lo Sviluppo Sostenibile del Turismo, UN-WTO

ALLEGATO 2

12 Obiettivi per il turismo sostenibile (UNWTO/UNEP)¹⁸

1) FATTIBILITÀ ECONOMICA

Per garantire la vitalità e la competitività delle destinazioni e delle imprese turistiche, in modo che siano in grado di continuare a prosperare e a trarre benefici a lungo termine.

2) PROSPERITÀ LOCALE

Per massimizzare il contributo del turismo alla prosperità della destinazione turistica, includendo la quota di reddito turistico trattenuta a livello locale.

3) QUALITÀ DELL'OCCUPAZIONE

Per rafforzare il numero e la qualità dei posti di lavoro creati a livello locale e sostenuti dal turismo, compreso il livello di retribuzione, le condizioni di servizio e la disponibilità per tutti, senza discriminazioni di sesso, razza, disabilità o di altro tipo.

4) EQUITÀ SOCIALE

Per ottenere una distribuzione ampia dei benefici economici e sociali derivanti dal turismo in tutta la comunità ospite, compreso il miglioramento delle opportunità, dei redditi e dei servizi accessibili dalla popolazione povera.

5) SODDISFAZIONE DEI VISITATORI

Fornire ai visitatori un'esperienza sicura, soddisfacente e appagante, disponibile per tutti senza discriminazioni di sesso, razza, religione, disabilità o altro.

6) CONTROLLO LOCALE

Impegnare e dare potere alle comunità locali, nella pianificazione e nel processo decisionale relativi alla gestione e allo sviluppo futuro del turismo nella loro regione, dopo aver consultato altri soggetti interessati.

7) BENESSERE DELLA COMUNITÀ

Mantenere e rafforzare la qualità di vita delle comunità locali, comprese le strutture sociali e l'accesso alle risorse, ai servizi e ai sistemi di sostegno vitale, evitando qualsiasi forma di degrado o sfruttamento sociale.

8) RICCHEZZA CULTURALE

Rispettare e migliorare il patrimonio storico, la cultura autentica, le tradizioni e le caratteristiche peculiari delle comunità ospiti.

9) INTEGRITÀ FISICA

Mantenere e migliorare la qualità dei paesaggi, sia urbani sia rurali, ed evitare il degrado fisico e visivo dell'ambiente

10) DIVERSITÀ BIOLOGICA

Per sostenere la protezione delle aree naturali, degli habitat e della fauna selvatica, e minimizzare i danni.

11) RENDIMENTO DELLE RISORSE

Per minimizzare l'uso delle risorse scarse e non rinnovabili nello sviluppo e nella gestione delle strutture e nei servizi turistici.

12) PUREZZA AMBIENTALE

Per minimizzare l'inquinamento di aria, acqua e terreno e la produzione di rifiuti da parte delle imprese turistiche e dei visitatori.

¹⁸ *Making Tourism More Sustainable, A guide for policy makers UNWTO/UNEP, 2005*

ALLEGATO 3

Indicatori per la sostenibilità del turismo nelle destinazioni turistiche

Gli indicatori possono essere utilizzati per quattro scopi principali:

1. Per evidenziare la condizione effettiva della destinazione turistica
2. Per evidenziare il grado di impatto o una risposta
3. Per consentire il monitoraggio nel tempo dei cambiamenti – le cose sono cambiate più o meno, in meglio o in peggio?
4. Consentire il confronto (analisi comparativa) con norme e altre destinazioni turistiche

Mentre molti indicatori possono rivelarsi alquanto deboli nel servire al primo scopo, in quanto è spesso difficile ottenere dati completi e concentrati, possono comunque essere validi allo scopo di seguire l'evoluzione dei cambiamenti, a patto che si usi ogni volta lo stesso metodo di misurazione. Possono inoltre essere utilizzati per l'analisi comparativa, presumendo che in ciascuna destinazione turistica si utilizzi un metodo equivalente.

Alcuni indicatori possono essere basati sulle registrazioni esistenti e altri direttamente sui dati misurabili. Tuttavia, altri si baseranno su rilevazioni specifiche, dei visitatori, delle imprese e dei residenti locali. Rilevazioni di questo tipo hanno il vantaggio di essere direttamente correlate al problema, in quanto consentono di inquadrare la questione di conseguenza. Tuttavia, possono essere costose e richiedere molto tempo. Devono inoltre essere ben progettate e disporre di un campione o di un tasso di risposta sufficientemente ampi, per poter ottenere un quadro non alterato. In generale, queste rilevazioni possono richiedere:

- Rilevazioni dei visitatori. Interviste casuali a circa 1000 visitatori, raccolte su diversi tipi di località, rappresentativi dei modelli e dei flussi noti dei visitatori. Dovrebbe includere i profili dei visitatori, i dati sulla visita e l'atteggiamento/la soddisfazione.
- Rilevazioni d'affari. Una rilevazione annuale, da compilare a cura degli operatori (e inviare per posta o via web) di tutte le imprese o di una parte significativa di esse, ben bilanciata per tipo, con incentivi per massimizzare la percentuale di risposte, e in cui si chiedono informazioni sulle loro prestazioni e sulla loro gestione, e anche opinioni.
- Rilevazioni dei residenti. Una rilevazione casuale delle famiglie (tramite posta o telefono) in vari quartieri, concentrata principalmente sull'atteggiamento verso, e il coinvolgimento nel turismo.

Gli indicatori forniti nella tabella seguente si basano in parte sul recente lavoro svolto sugli indicatori da EUROSTAT, l'UNWTO e il progetto VISIT. Abbiamo selezionato quelli che sembravano più pertinenti e ottenibili e abbiamo identificato un sottogruppo di indicatori essenziali all'interno dell'elenco.

Gli indicatori forniti qui si riferiscono alle questioni di sostenibilità comuni alla maggior parte delle destinazioni turistiche. Tuttavia, alcune destinazioni turistiche potrebbero volerne aggiungere altri, o sceglierne solo alcuni, a seconda del tipo di destinazione (costiera, montana, urbana, ecc.) e delle particolari situazioni che vi si incontrano. Gli

indicatori dovranno essere rivisti e aggiornati regolarmente, per garantire che gli obiettivi siano progressivi e incoraggiare continui miglioramenti.

Sebbene la tabella riporti un gran numero di indicatori, molti di essi si basano su due principali processi di monitoraggio – rilevazioni di visitatori e delle imprese. Se tali rilevazioni vengono effettuate, il numero elevato di indicatori richiede pochissimi costi o sforzi aggiuntivi.

Si suggerisce di creare un manuale sull'uso degli indicatori e sui processi di monitoraggio.

Indicatori delle destinazioni turistiche

No.	Core	Indicatore	Scopo – cosa mostra l'indicatore	Raccolto da	Scopo principale	Obiettivo principale
1	Sì	Arrivi totali di visitatori o presenze/mese	Volume e stagionalità del turismo	Registrazioni delle strutture di accoglienza	1a, 2a	1
2	Sì	Stima visitatori giornalieri totali all'anno o al mese	Volume e stagionalità del turismo	Conteggi e rilevazioni dei visitatori ai punti di arrivo/località chiave	1a, 2a	1
3	Sì	Numero di letti (per tipo di struttura di accoglienza)	Capacità turistica e base di calcolo dei volumi	Registrazioni esistenti o controlli regolari	1a, 2a	1
4	Sì	% annua media di letti e letti occupati	Performance dell'azienda e base di calcolo dei volumi	Registrazioni d'affari o rilevazione	1a, 2a	1, 3
5		% di imprese che segnalano crescita negli affari rispetto all'anno precedente	Misura di crescita e competitività relativamente solida	Rilevazioni d'affari	1a	1, 3
6	Sì	Spesa media pro capite	Utili economici dal turismo	Rilevazioni dei visitatori	1a, 2a	4
7		Spese a livello locale (o PIL) generate dal turismo	Valore del turismo e contributo all'economia locale	Rilevazione dei visitatori evidenziante la spesa più la rilevazione delle presenze (o Conto Satellite del Turismo locale, TSA)	1a, 2a	1, 4
8	Sì	% di posti letto disponibile tutto l'anno	Stagionalità	Registrazioni esistenti, controlli regolari o rilevazione d'affari	1a, 1b	1, 3
9	Sì	Rapporto di occupazione media (o presenze totali) tra i tre mesi più attivi e i tre mesi meno attivi	Stagionalità	Registrazioni d'affari o rilevazione	1a, 1b, 2a	1, 3
10	Sì	Numero di posti letto per 1000 persone di popolazione locale	Potenziale squilibrio e pressione su comunità e risorse	Dall'indicatore 3 e dalle registrazioni di popolazione	2a	4
11	Sì	Rapporto tra numero di turisti e popolazione locale	Potenziale squilibrio e pressione su comunità e risorse	Dagli indicatori 1 e 2 e dalle registrazioni di popolazione	2a	4
12	Sì	Durata media di soggiorno	Valore per la comunità rispetto all'impatto del trasporto	Rilevazioni di visitatori e aziende	1a, 2a, 3a	2, 4
13		% di imprese turistiche accessibili con i trasporti pubblici	Potenziale di accoglienza degli accessi senza auto e necessità di miglioramento	Controlli delle strutture e rilevazioni di aziende	3a	2
14	Sì	% di visitatori che arrivano con	Tendenze del cambiamento modale dei	Rilevazioni dei visitatori	3a	2

No.	Core	Indicatore	Scopo – cosa mostra l'indicatore	Raccolto da	Scopo principale	Obiettivo principale
		mezzi diversi da auto o aereo	trasporti – effetto sulle emissioni di carbonio			
15		% di utilizzo dei trasporti pubblici da parte dei visitatori una volta raggiunta la destinazione	Tendenze del cambiamento modale dei trasporti – effetto sulle emissioni di carbonio	Rilevazioni dei visitatori	3a	2
16		Occupazione totale nel settore in percentuale dell'occupazione totale	Importanza relativa dei lavori nel turismo ed equilibrio nell'economia	Registrazioni/codici settore industriale	1b, 2a	3, 4
17	Sì	% di lavori nel turismo su base esclusivamente stagionale	Qualità e stagionalità del lavoro	Rilevazioni d'affari	1a, 1b	1, 3
18	Sì	Guadagni orari medi nel turismo come proporzione dei guadagni orari di tutta l'industria	Qualità del lavoro	Rilevazione d'affari e cifre comparative del settore	1b	3
19		% di dipendenti con qualifiche professionali nel turismo	Qualità del lavoro e condizioni del percorso professionale	Rilevazioni d'affari	1b	3
20	Sì	% di residenti che sostengono di essere soddisfatti dell'impatto locale del turismo	Accettazione della comunità e benefici del turismo	Rilevazioni dei residenti.	2a	4
21		% di residenti che dichiara di trarre vantaggi diretti dal turismo locale e % di coloro che ritengono che il turismo migliori la qualità di vita in generale	Benefici del turismo per la comunità	Rilevazioni dei residenti.	2a	4
22	Sì	% di imprese con certificazione ambientale riconosciuta	Una forte indicazione che sono state effettivamente intraprese azioni	Registrazioni dei programmi di certificazione e/o rilevazioni d'affari	3a	5
23		% di imprese che dichiarano di star adottando misure di gestione ambientale	Indicazione più ampia (ma meno incisiva) della gestione ambientale, indipendentemente dalla reazione alla certificazione	Rilevazioni d'affari	3a	5
24		Volume e proporzione di rifiuti inviati in discarica (totale o somma dal turismo)	Efficienza delle risorse e inquinamento del territorio	Rilievi comunali o somma di dati presentati dalle imprese turistiche	3a	5

No.	Core	Indicatore	Scopo – cosa mostra l'indicatore	Raccolto da	Scopo principale	Obiettivo principale
25		% di rifiuti riciclati dalle imprese turistiche	Impegno per il rendimento delle risorse	Rilevazioni d'affari	3a	5
26		Scarichi fognari (Totali o somma dal turismo)	Potenziale inquinante	Rilievi comunali o somma di dati presentati dalle imprese turistiche	3a	5
27		% di imprese turistiche non collegate ad un sistema efficiente di trattamento degli scarichi	Potenziale inquinante	Registrazioni comunali e rilevazione d'affari	3a	5
28	Sì	Consumo idrico (Totale o somma dal turismo) – totale e nel periodo più occupato	Rendimento delle risorse e impatto sulla comunità	Rilievi comunali o somma di dati presentati dalle imprese turistiche	2a, 3a	5
29		% di acqua riciclata dalle imprese turistiche	Impegno per il rendimento delle risorse	Indagini delle imprese	2a, 3a	5
30	Sì	Qualità dell'acqua (aree marine e d'acqua dolce)	Tutela della natura e attrattive dell'ambiente per soggetti locali e turisti	Campionatura regolare dell'acqua	1a,3a,3b, 2b	6, 7, 1
31		Consumo elettrico totale (o emissioni di CO ₂) da strutture turistiche	Rendimento delle risorse e inquinamento	Somma di dati presentati dalle imprese turistiche	3a	5
32		Qualità dell'aria	Attrattive dell'ambiente per soggetti locali e turisti	Campionamento regolare della purezza dell'aria	3a,3b, 2b	6, 7
33	Sì	Quantità di rifiuti sparsi in siti selezionati	Attrattive dell'ambiente per soggetti locali e turisti	Osservazione. Rilevazioni di visitatori e aziende	3b,1a, 2a, 2b	6, 7,
34		Numero di persone in siti selezionati nelle giornate più intense	Pressione su comunità e ambiente	Conta e rilevazione dei visitatori	2a, 2b	4, 6
35	Sì	Stato ambientale di siti selezionati	Danni al paesaggio e alla biodiversità	Osservazione, Rilevazioni di visitatori e aziende	3b	6
36		Numero e dimensioni dei siti e delle aree protetti	Qualità del patrimonio naturale e ambientale e capacità di resistere alla pressione	Designazioni registrate	3b	6
37	Sì	Percentuale di tipi scelti di aree paesaggistiche preziose (ad es. lunghezza della linea costiera)	Riduzione dell'attrattiva	Registrazioni sull'utilizzo del territorio e osservazione	1a, 2a, 2b, 3b	4, 6, 7

No.	Core	Indicatore	Scopo – cosa mostra l'indicatore	Raccolto da	Scopo principale	Obiettivo principale
		su cui si è costruito				
38		Percentuale di superficie soggetta a pianificazione del territorio e controllo dello sviluppo	Capacità di resistere alla pressione	Piani di utilizzo del territorio	2a, 3b	4, 6
39		Contributo delle imprese turistiche e dei visitatori alla tutela.	Sostegno del turismo alla tutela ambientale	Rilevazioni di visitatori e aziende Monitoraggio di programmi specifici	3b	6
40	Sì	% di imprese turistiche che partecipano a programmi di certificazione di qualità	Impegno aziendale, qualità e competitività	Registrazioni dei programmi Rilevazioni d'affari	1a, 2b	7
41	Sì	% di visitatori che si dichiarano soddisfatti dell'esperienza generale	Qualità della destinazione turistica e soddisfazione del visitatore	Rilevazioni dei visitatori	1a, 2b	7
42		% di visitatori in visita ripetuta e % di quelli che dichiarano che ripeteranno l'esperienza	Qualità della destinazione turistica e soddisfazione del visitatore	Rilevazioni dei visitatori	1a, 2b	7
43	Sì	% di imprese turistiche che rispondono a standard di accessibilità specifici	Capacità di offrire ai visitatori esperienze senza discriminazioni	Registrazioni dei programmi di ispezione Rilevazioni d'affari	2b	7
44		% di visitatori con disabilità fisiche o sensoriali	Inserimento sociale relativo della destinazione turistica	Rilevazioni dei visitatori	2b	7
45		% di visitatori appartenenti a gruppi socio-economici più bassi	Inserimento sociale relativo della destinazione turistica	Rilevazioni dei visitatori	2b	7
46		% di visitatori che hanno sfruttato un programma di vacanze assistite	Importanza del turismo sociale per la destinazione turistica	Rilevazioni di visitatori o aziende	2b	7
47		Livello di soddisfazione di visitatori con disabilità fisiche o sensoriali	Inserimento sociale relativo della destinazione turistica	Rilevazioni dei visitatori	2b	7
48	Sì	Presenza di un'organizzazione di gestione della destinazione turistica che coinvolge diversi soggetti interessati	Approccio comprensivo alla gestione della destinazione turistica	Presenza/assenza rispetto alla definizione		

No.	Core	Indicatore	Scopo – cosa mostra l'indicatore	Raccolto da	Scopo principale	Obiettivo principale
49	Sì	% di imprese che appartengono ad associazioni turistiche locali	Grado di impegno del settore privato nella gestione della destinazione turistica	Registrazioni di associazione		
50	Sì	Esistenza di una strategia per il turismo e un piano d'azione sostenibili concordata e monitorata	Impegno per la gestione sostenibile della destinazione turistica	Presenza/assenza rispetto alla definizione		

Note alla tabella:

Indicatore 4

Dovrebbe includere la capacità anche quando chiuso nel calcolo della % di presenze.

Indicatore 7

La spesa turistica deriverà probabilmente da un calcolo approssimativo Alcune destinazioni turistiche possono aver adottato processi più sofisticati del Conto Satellite del Turismo (TSA).

Indicatori 24, 26, 28

Idealmente, le imprese turistiche dovrebbero misurare il proprio uso delle risorse e produzione di rifiuti e metterli a disposizione, in modo che sia possibile calcolare l'ammontare netto per la destinazione turistica. Tuttavia, in assenza di misurazioni dirette, alcuni studi di indicatori hanno suggerito di fornire una stima approssimata dell'impatto o dell'uso riconducibile al turismo moltiplicando l'importo totale dell'uso delle risorse e dei rifiuti nella destinazione turistica per il rapporto tra notti turistiche e notti totali (turisti più residenti). Sugeriamo che sia fuorviante suggerire che questo approccio costituisca una vera misura dell'impatto turistico e che sarebbe più trasparente fornire semplicemente i volumi totali del consumo di risorse e di produzione di rifiuti per l'area, assieme alle dimensioni della popolazione e alla stima delle notti turistiche. Le cifre totali (ad es., quantità di rifiuti in discarica, consumo totale di acqua, ecc.) comunque forniscono un'indicazione dello stato della gestione ambientale e consentirebbero l'individuazione di eventuali peggioramenti o miglioramenti della situazione. La variazione stagionale di tali cifre totali, confrontata con gli schemi dei flussi turistici, potrebbe fornire una stima dell'impatto riconducibile al turismo.

Indicatore 37

La scelta di "paesaggio prezioso" può variare da destinazione a destinazione. Per le destinazioni turistiche costiere, tale indicatore comprenderà la "lunghezza della linea costiera".