

## Il ruolo del turismo per l'integrazione Europea

**Giulio Querini**

Università di Roma "La Sapienza"

**Carmen Bizzarri**

Università di Pescara-Chieti "G. D'Annunzio"

**Massimo Ciccarelli**

Università degli studi di Messina

*Abstract:* Nell'Unione Europea l'espansione del settore turistico è destinato a svolgere un ruolo di grande rilievo, per molteplici motivi. Innanzitutto il turismo ha un notevole impatto economico, in quanto contribuisce positivamente alla creazione di nuovi posti di lavoro e alla crescita di reddito. Inoltre può potenziare le politiche regionali e la politica agricola comune sostenendo lo sviluppo delle aree marginali della Unione Europea. Negli ultimi anni, infine, l'espansione delle attività turistiche ha evidenziato il delicato equilibrio tra i vantaggi economici derivanti dall'afflusso di turisti e i rischi di degrado ambientale.

Tuttavia il ruolo più importante delle attività turistiche, che si svolgono all'interno della Unione Europea, consiste nel favorire il dialogo tra culture e modelli sociali diversi, in un'ottica di armonizzazione comunitaria. Infine il turismo internazionale – sia degli stranieri verso l'Europa, sia degli Europei verso il resto del mondo - può smantellare pregiudizi culturali e religiosi, contribuendo così a processi di cooperazione e di pace.

**Parole chiave:** Turismo, integrazione europea, sviluppo economico, cooperazione internazionale. JEL Classification Codes Guide: *L 83, P 25, P33*.

*Abstract:* In European Union the development of tourism sector can perform a role of great importance for a lot of reasons. First of all the tourism sector has high economic impact, because it contributes a positive effect for the creation of a lot of new skills and for the growth of incomes. Besides it can increase the European regional and agricultural policies and supports the development of marginal areas in European Union. In the last years the growth of tourism activities has highlighted tricky equilibrium between the economic benefits for the amount of incoming tourists and the risks of environmental deterioration. Nevertheless the most role of tourism activities, that are developing inside European Union, consists of growing the dialogue between the cultures and different social models for the European harmonization. Finally the international tourism - both the international tourists incoming Europe, and the European citizens outgoing the all of part of the world – can demolish cultural and religious prejudices, so contributing to processes of cooperation and peace. **Key words:** Tourism, European Integration, economic development, international cooperation. JEL Classification Codes Guide: *L 83, P 25, P33*.

### Le caratteristiche del turismo in Europa

Nel processo di integrazione europea, il settore turistico svolge molteplici ruoli. Fin dall'inizio si è sottolineata l'importanza che la mobilità dei turisti europei all'interno della Comunità poteva assumere per una migliore comprensione delle

specificità culturali e sociali dei diversi Paesi membri. In definitiva il turismo poteva contribuire a creare, specie tra i giovani, un comune “stile di vita” europeo. Per quanto riguarda l’afflusso di turisti “extra-comunitari” nei Paesi dell’Unione Europea, soprattutto negli ultimi anni si è analizzato l’impatto dal punto di vista sia economico che ambientale. Non vi è dubbio che la domanda di servizi turistici da parte di tale categoria di turisti tende ad avere effetti prevalentemente positivi sulla occupazione e sul reddito, oltre che sulla bilancia dei pagamenti della Unione Europea. Perplesità, invece, sorgono sull’impatto ambientale della crescita del settore turistico, specie nelle aree ecologicamente più fragili della Comunità, in particolare le isole e le città d’arte. Dalle statistiche del “World Travel and Tourism Council” risulta che l’Unione Europea è la più importante destinazione per il turismo internazionale: nel 2005 si sono registrati gli arrivi di 443,9 milioni di turisti stranieri, dei quali 158,8 nelle regioni Mediterranee. La dimensione economica del settore, nell’Unione Europea, nel 2005, risulta di 1,705.4 miliardi di euro: è pari all’11,5% del PIL, e al 12,1% dell’occupazione totale (24,3 milioni di posti di lavoro).<sup>1</sup>

I settori produttivi coinvolti nelle attività turistiche sono molteplici e diversificati: l’industria dei viaggi e dei trasporti, dell’alimentazione e delle bevande, dell’ospitalità e della ristorazione, dello spettacolo e del tempo libero, degli eventi culturali e sportivi. Nell’Unione Europea — come negli altri Paesi a reddito elevato — il turismo è un fenomeno non solo di crescente rilievo economico e sociale, ma anche sempre più complesso: infatti ogni anno emergono nuove destinazioni turistiche e nuove forme di turismo. Questa forte differenziazione, sia dell’offerta che della domanda, rendono il mercato mondiale dei servizi turistici altamente concorrenziale. In alcuni segmenti del mercato turistico, le destinazioni europee sono in difficoltà a causa degli alti costi di produzione: ciò vale soprattutto per il turismo balneare, dove l’elasticità-prezzo della domanda è particolarmente elevata; inoltre in questo settore turistico le condizioni climatiche e ambientali — nonché i viaggi aerei “low-cost” — tendono a favorire sempre più le destinazioni della riva Sud del Mediterraneo (i P.T.M.) e i Paesi tropicali. L’orientamento prevalente in gran parte dei Paesi dell’Unione Europea è quindi di privilegiare altri segmenti del mercato turistico, in particolare il turismo culturale. Questo è appunto l’orientamento emerso nella Conferenza di Vienna dove si sottolinea che l’ingente patrimonio culturale dell’Europa costituisce un potente fattore di attrazione per i turisti, soprattutto di coloro che dispongono di un elevato potere di spesa: è da

---

<sup>1</sup> Nella recente “Conferenza di Vienna” (21 marzo 2006) i Ministri del Turismo della Unione Europea hanno vigorosamente sottolineato il ruolo trainante del settore turistico nella crescita economica europea. In effetti, a livello comunitario, la dimensione di tale settore è molto rilevante, e tende costantemente ad ampliarsi. Le conclusioni della Conferenza Ministeriale di Vienna mostrano le grandi potenzialità del settore turistico europeo, ma anche la complessità dei problemi, a causa della “trasversalità” degli impatti che caratterizzano le attività turistiche. (European Tourism Ministers’ Conference, 2006, p. 1-5).

notare che, in generale, è proprio questa categoria di turisti – spesso anziani, e di formazione elevata – quella che è più propensa al turismo culturale.

In termini di esigenze infrastrutturali, il turismo culturale, rispetto ad altre tipologie di turismo – balneare, montano, crocieristico – presenta vantaggi e inconvenienti. Le regioni dove prevale il turismo culturale e delle città d'arte sono anche quelle dove va attentamente valutato il rischio che gli obiettivi della efficienza economica e della tutela ambientale entrino in conflitto tra loro. Vi sono da una parte motivi di ottimismo: infatti il turismo culturale è tendenzialmente concentrato nelle aree urbane, è quindi ha il vantaggio di non richiedere la costruzione di grandiose opere pubbliche nuove, in quanto le città sono di solito già bene attrezzate. Inoltre il turismo culturale è caratterizzato da minore stagionalità, soprattutto per quanto riguarda la programmazione di mostre, festivals ed altri eventi artistici, così che gli impatti ambientali risultano più facilmente contenibili entro la “capacità di carico” delle infrastrutture esistenti. È tuttavia motivo di pessimismo considerare – anche alla luce di recenti esperienze, specie nelle regioni Mediterranee – che l'afflusso di un gran numero di turisti nelle “città d'arte” può provocare “diseconomie esterne” per le numerose categorie di cittadini che non ne beneficiano né in termini di reddito, né per la creazione di posti di lavoro addizionali, ma che invece devono sopportarne i “costi di congestione”, esponenzialmente crescenti. Le ottimistiche prospettive sul turismo culturale enfatizzate dalla Conferenza di Vienna andrebbero quindi moderate tenendo conto dei “limiti di saturazione” delle “città d'arte”. In altri termini si deve tenere conto non solo della “capacità di carico” fisica delle infrastrutture esistenti, ma anche degli impatti negativi – ambientali, ma anche sociali e perfino culturali – che la “curiosità culturale” dei viaggiatori, spesso impreparati, può provocare in aree fragili e già congestionate. Una strategia di crescita del turismo culturale tendente a conciliare le esigenze di redditività economiche e di salvaguardia ambientale sarebbe quello di “decentrare” l'afflusso di turisti verso località attualmente considerate – molto spesso ingiustificatamente, sul piano artistico e paesaggistico – di minor interesse culturale. Sarebbe, infatti, opportuno localizzare in queste destinazioni “minori” gli eventi culturali che attualmente tendono a concentrarsi nelle “città d'arte” più grandi e rinomate.

I principali criteri per identificare e valutare i contributi specifici delle differenti attività culturali – che possono essere positivi – ma anche negativi sono: il coinvolgimento delle popolazioni locali; la capacità di produrre nella regione stessa i beni e i servizi connessi a tale tipologia turistica; l'interdipendenza tra le varie attività culturali, al fine di avvalersi degli effetti di “crowding-in”.<sup>2</sup>

Gli orientamenti emersi nella Conferenza di Vienna risultano particolarmente rilevanti per i Paesi dell'Unione Europea che si affacciano sul Mediterraneo. In tali Paesi infatti – mentre sembra raggiunta la “capacità di carico” per quanto riguarda

---

<sup>2</sup>Il pluralismo culturale è un valore da tutelare anche attraverso una opportuna politica del turismo: (European Tourism Ministers' Conference, 2006, p. 3).

il turismo balneare di massa – esistono ancora notevoli potenzialità di crescita per il turismo culturale. Tuttavia, poiché anche per il turismo culturale si riscontra attualmente una forte concentrazione dei turisti in alcune località, in particolare nelle maggiori e più celeberrime città d'arte, appare come una priorità negli interventi di politica turistica europea quella di decentrare i flussi turistici, indirizzandoli verso le località non ancora congestionate, meno famose, ma non meno attraenti per valori storici e culturali<sup>3</sup>.

La riorganizzazione delle attività turistiche — orientata a selettività della domanda e differenziazione dell'offerta — va inquadrata in una strategia culturale della Unione Europea che mira ad obiettivi molto più ambiziosi della pura e semplice "mobilità sostenibile". Si tratta di delineare nuovi modelli di "stile di vita", nei quali le diversità culturali, nazionali e locali — conservate, od addirittura rigenerate — possono determinare comportamenti non più omologati sullo "stile di vita americano", ma fortemente differenziati, e tra loro in competizione dialettica: "stili di vita europei" idonei a contrastare l'attuale tendenza alla massificazione degli orientamenti culturali, dei bisogni espressi nel tempo libero e delle esigenze di realizzazione professionale. In questo senso va orientata nell'Unione Europea una concezione "originale" — coerente con le proprie radici culturali — della sostenibilità ambientale. A livello internazionale la nozione di "sostenibilità ambientale", sia in generale che riferita alla mobilità, e al turismo in particolare, appare tuttora caratterizzata da notevole ambiguità. Vi è una duplice interpretazione di questo concetto: da una parte "ecologica", riferita cioè alla conservazione degli equilibri tra tutte le componenti dell'ambiente (flora, fauna, risorse idrogeologiche, clima panorama, etc.); dall'altra "antropologica", riferita alla persistenza della godibilità di questo ambiente – nelle sue componenti anzitutto naturali, ma anche culturali – per ondate successive di turisti. Per l'economista è evidente come vi sia una stretta interconnessione tra le due caratteristiche – ecologica ed antropologica – della sostenibilità delle attività turistiche. Infatti il degrado, specie se irreversibile, delle componenti ecologicamente più fragili dell'ambiente, delinea innanzitutto un arresto dello sviluppo delle attività turistiche, con rilevanti conseguenze economiche e sociali. Successivamente, da questa situazione di arretramento e di impoverimento, deriva una perdita di interesse – oltre che di risorse finanziarie e umane – per la conservazione e la valorizzazione delle risorse ambientali che sono potenzialmente oggetto della fruizione da parte dei turisti.

---

<sup>3</sup>Secondo una indagine della FIPE (Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi) effettuata nel 2003 in Italia: "la qualità non va collegata soltanto alle dotazioni che si offrono al cliente quanto piuttosto al modo di farle fruire. Entrando nel merito della gestione delle imprese, appare dalla ricerca che, se da un lato un'impresa familiare risulta in grado di praticare la qualità dall'altro appare in corso un processo che spinge ad una gestione manageriale sia per le impresa alberghiere (un dato ormai acquisito e conosciuto) sia – e questo è decisamente meno scontato – per quelle della ristorazione e dei pubblici esercizi. Oggi 30,8% degli alberghi è a gestione manageriale e il 69,2% a gestione familiare. Dati quasi identici per i ristoranti: 31% gestiti da manager e 69% gestito dalle famiglie."

## **Impatto ambientale e conseguenze economiche del turismo nell'Unione Europea**

L'interazione tra degrado ambientale e perdita di redditività economica è alla base del ben noto fenomeno conosciuto come "ciclo di vita" delle attività turistiche. Tale ciclo si avvia con l'afflusso dei turisti in località di alto pregio paesaggistico e culturale, quando il territorio è ancora caratterizzato da una elevata e incontaminata "qualità ambientale". A mano a mano che le risorse naturali, culturali ed ambientali vengono aggredite dallo sfruttamento turistico, più o meno rapidamente si passa dal "turismo di qualità" al "turismo di massa". La miopia dei responsabili pubblici e degli operatori privati induce spesso a ritenere che la perdita di "qualità" — sia del cliente-turista, sia dell'ambiente naturale — possa essere compensato dalla "quantità", in termini di alberghi, comitive turistiche, campeggi, discoteche, ecc. Tale strategia orientata al "turismo di massa" ben presto determina rilevanti conseguenze sia economiche che ambientali, entrambe negative.

L'elasticità della domanda di servizi turistici, a fronte di un ribasso dei prezzi — connessa ad una diminuzione del livello dei servizi e della "qualità ambientale" — mostra valori inferiori all'unità e sempre più rapidamente decrescenti, con una conseguente diminuzione di redditività delle attività turistiche nel loro complesso. Parallelemente la congestione, conseguente all'afflusso di un ingente numero di turisti, determina un degrado ambientale — del paesaggio, della flora e della fauna, ma anche delle attività di trasporto e di ristorazione — che raggiunge livelli incompatibili con una gestione economica efficiente. Al limite, l'intera regione — inizialmente caratterizzata da una situazione di "paradisiaco isolamento", che appunto giustificava il "turismo di lusso" — è investita da fenomeni di "desertificazione turistica": in effetti, situazioni di degrado ambientale grave ed irreversibile provocano fallimenti a catena, nonché fughe verso altre località da parte degli operatori turistici più qualificati. La teoria del "ciclo di vita" delle attività turistiche trova numerose e puntuali verifiche a livello empirico, sia in varie regioni dell'Unione Europea, sia soprattutto nei Paesi in via di sviluppo. Per questi ultimi vale, spesso in termini ecologicamente drammatici, il principio che "la tutela dell'ambiente è un lusso che i poveri non possono permettersi".

Si riscontrano tuttavia varie iniziative, realizzate negli ultimi anni, che inducono ad una visione più ottimistica dell'impatto degli investimenti turistici. In effetti, il "turismo sostenibile" non è solo una scelta utopica, ricollegabile al mito del "buon selvaggio", e neppure un privilegio elitario come nei secoli passati. Anche nell'era della globalizzazione — caratterizzata da attività turistiche su larga scala e di massa — la sostenibilità del turismo può costituire un obiettivo realistico per le politiche economiche e ambientali. L'analisi dei casi nei quali si è riscontrato un acuto conflitto tra crescita del turismo e tutela dell'ambiente evidenzia come gli impatti negativi del turismo non sono confinati alla sfera ecologica, ma riguardano anche

gli equilibri economici e sociali<sup>4</sup>.

Contributi teorici e analisi empiriche concordano nell'evidenziare che la compatibilità fra la crescita della offerta di servizi turistici da una parte e la tutela dell'ambiente dall'altra, risulta sensibilmente condizionata dalla soluzione data ad una serie di complessi problemi. Un ruolo preminente va attribuito al livello di concentrazione territoriale delle attività turistiche. In effetti quanto più l'offerta turistica – così come le infrastrutture fisse e mobili che la condizionano – risulta territorialmente concentrata, tanto più elevato è il rischio di degrado degli equilibri ambientali. Tale degrado risulterà aggravato, specie nei PVS, se la pressione dei servizi turistici tende a cumularsi a quella che altri settori già esercitano sulle risorse ambientali, specie nelle regioni più densamente popolate e più industrializzate del Paese. In generale, nel caso del “turismo concentrato”, i “costi di congestione” risulteranno ampiamente superiori ai vantaggi conseguibili con le “economie di scala” che possono venire realizzati nei servizi e nelle infrastrutture, grazie proprio alla concentrazione delle attività turistiche. Un impatto importante sulla “sostenibilità” del settore turistico deriva anche dalle modalità con le quali si realizza l'incorporazione delle innovazioni tecnologiche. È, infatti, estremamente probabile che – qualsiasi “scenario ecologico” si ipotizzi per i prossimi decenni – ciascun Paese dovrà fronteggiare fenomeni sia di “scarsità” di particolari risorse naturali, sia soprattutto di inquinamento (atmosferico, marino, sanitario), e ciò su scala non più nazionale, ma planetaria. Di fronte a queste “nuove scarsità”, diviene pertanto cruciale l'interrogativo se i responsabili della scienza e della tecnologia avranno sensibilità e motivazioni sufficienti per risolvere i problemi che lo “scenario ecologico” pone loro pressantemente. In ogni caso l'evoluzione sia della domanda che dell'offerta di servizi turistici sarà sostanzialmente condizionata dal progresso tecnologico in vari settori. Un impatto particolarmente rilevante sulla domanda dei turisti deriverà da quelle innovazioni nei trasporti e nella sanità che renderanno più accessibili e più sicure località finora riservate solo ai clienti inclini ad accettare rischi e disagi. Influenzeranno invece l'offerta di servizi turistici le innovazioni nelle telecomunicazioni, oltre che quelle specifiche nella tutela ambientale: prevenzione dell'inquinamento marino, conservazione della flora e della fauna, architettura compatibile con la comodità degli alberghi e la tutela del paesaggio. Il settore turistico subirà anche sostanziali trasformazioni dall'interazione tra innovazioni tecnologiche e “innovazioni sociali”: tra queste

---

<sup>4</sup>Anche la pretesa che il turismo possa contribuire allo sviluppo equilibrato di “sistemi locali” è fortemente contestato da alcuni autorevoli economisti, tra cui S. Latouche (2005, p. 44): “La verità del preteso “globalismo” è una messa in concorrenza dei territori. Questi sono invitati a offrire condizioni sempre più favorevoli alle imprese transnazionali in termini di vantaggi fiscali, di flessibilità del lavoro e di regolamentazione (o meglio deregolamentazione) ambientale. È il gioco del ribasso fiscale, sociale e ambientale e al rialzo economico (in termini di sovvenzioni: una vera istigazione alla prostituzione!) I patrimoni locali vengono saccheggianti, ad esempio, da un *turismo predatorio*.” Riassumendo si può dire che si è di fronte a territori senza potere alla mercé di poteri senza territorio.”

ultime un particolare rilievo assumono la ristrutturazione dei “tempi da lavoro” (ferie, pensioni, “part-time”), le nuove modalità della formazione professionale (“a distanza”, “permanente”, ecc.) nonché l’incentivazione delle attività culturali e sportive caratteristiche delle società opulente. In questo contesto, gli automatismi di mercato appaiono del tutto inadeguati per la “governance” di fenomeni così complessi, dove interagiscono variabili non solo strettamente economiche, ma anche ambientali, tecnologiche e sociali. L’espansione del tempo libero e la conseguente crescita delle attività turistiche pongono l’esigenza del rispetto della “qualità” dell’ambiente naturale da parte di tutti gli operatori di questo settore. In particolare sono gli enti locali, più che le istituzioni nazionali e gli organismi internazionali, i veri protagonisti della evoluzione delle attività turistiche verso una sostenibilità ambientale su scala planetaria. I grandi obiettivi della lotta alla povertà, della tutela dell’ambiente e di un più equilibrato rapporto “occupazione-tempo libero” trovano nel settore turistico una fonte di grande potenzialità, ma anche di grandi rischi. Il settore turistico assume caratteristiche diverse non solo nelle diverse aree del mondo – nei Paesi post-industriali a reddito elevato da una parte, nei PVS dell’altra – ma all’interno di ciascun Paese. Questa forte connotazione “dualistica” caratterizza l’offerta di servizi turistici, i quali – essendo “beni voluttuari” e non essenziali, come invece la sanità o l’istruzione – possono assumere forme assai differenziate a seconda dei “capricci” dei potenziali utenti. Nelle località turistiche dei Paesi a reddito pro-capite elevato, la struttura del settore turistico tende ad essere piuttosto omogenea, e le differenze fra turismo di lusso e turismo popolare poco accentuate. Nei PVS, invece, l’offerta di servizi turistici è molto più differenziata, in particolare a seconda che sia rivolta ai clienti locali, oppure ai viaggiatori provenienti dall’estero. All’interno della stessa Unione Europea esistono differenze significative: in molti Paesi Mediterranei – sia nelle regioni appartenenti alla Unione Europea, sia soprattutto nei Paesi Terzi Mediterranei (P.T.M.) della Riva-Sud – il settore turistico è ancora caratterizzato da un forte dualismo. Questa contrapposizione genera squilibri e conflitti di natura economica, sociale e culturale tra il settore capitalistico moderno da una parte – i grandi alberghi, le infrastrutture autostradali portuali e aeroportuali – e dall’altra l’agricoltura, l’artigianato e i servizi tipici di un sistema economico ancora tradizionale.<sup>5</sup>

### **Criteria di selezione degli investimenti turistici per uno sviluppo integrato delle diverse regioni europee**

Il dualismo tra settore turistico tradizionale e settore moderno è un fenomeno ben noto nella teoria economica. Da più parti viene messo in evidenza come il

---

<sup>5</sup>Questa situazione è analizzata da Gladstone, (2005, p.43), il quale afferma che, nei paesi a basso reddito, il dualismo non riguarda soltanto la dimensione e la “modernità” delle strutture turistiche, ma anche la loro collocazione spaziale.

permanere e il ben più probabile cumulativo accrescersi degli squilibri tra settore turistico e settore tradizionale implica l'adozione di interventi che sostituiscono al caotico proliferare di iniziative private – spesso sollecitate più dalla speculazione edilizia che da obiettivi turistici – una strategia lungimirante, con una attiva “governance” delle variabili economiche, sociali, culturali e ambientali. Pertanto è necessario che i nuovi investimenti finanziati con le risorse messe a disposizione dalle autorità nazionali – e soprattutto quelle derivanti dagli aiuti esteri – vengano investite con criteri nuovi, che si possono così sintetizzare.

*Criterio di efficienza economica.* L'applicazione di questo criterio richiede la consapevolezza della diversità che caratterizza le attività turistiche installate nelle varie regioni dell'Unione Europea. Utilizzando come strumento di analisi il “ciclo di vita del prodotto turistico”, si tratta di distinguere tra situazioni dove il turismo ha già raggiunto la fase di maturità – turismo di massa, strutture standardizzate, bassi prezzi – e situazioni, all'estremo opposto, dove il turismo è ancora in fase di decollo, con strutture fortemente diversificate: alcune, molto costose, per il “turismo di lusso”, altre a buon mercato destinate agli “eco-turisti esploratori.” Il problema è molto complesso, soprattutto dove le attività turistiche sono fortemente “natural resources oriented”, così che i danni ambientali di una gestione inefficiente possono risultare irreversibili. Lo strumento più adeguato per raggiungere l'obiettivo di una gestione economicamente efficiente è dato dalla cosiddetta “rendita del consumatore”. In termini semplici e non formali, possiamo definire tale “rendita” come la differenza tra quello che il turista sarebbe disposto a spendere per il godimento dei beni e dei servizi che gli vengono messi a disposizione e il prezzo che gli viene effettivamente richiesto. Ciò vale sia per il turista di lusso, che sarebbe disposto a pagare 300 euro per un hotel a 5 stelle, che ne costa di fatto solo 150, sia per l'ecoturista che sarebbe disposto a pagare un biglietto di ingresso in un parco naturale 20 euro, e ne paga invece solo un decimo. L'obiettivo di una gestione economicamente efficiente è quella di fissare un prezzo che sia il più vicino possibile al massimo che le varie categorie di turisti sono disposte a pagare. Naturalmente la scelta del prezzo economicamente più conveniente per chi offre servizi turistici – servizi nei quali vanno inclusi il godimento del paesaggio, del clima, della purezza dell'aria e dell'acqua – dipende anche da una attenta analisi dell'“elasticità della domanda”: va evitato infatti che, elevando il prezzo, il numero dei turisti diminuisca più che proporzionalmente, facendo calare il fatturato. In ogni caso le tendenze del mercato – che tende a sottovalutare i beni ambientali – dovrebbero essere corrette al rialzo, internizzando nel prezzo fatto pagare ai turisti i costi del degrado delle risorse naturali e ambientali, specie in quelle aree dove questi costi sono particolarmente elevati, come in varie regioni della Unione Europea, in particolare quelle che si affacciano sul Mediterraneo. Questa rivalutazione dei beni ambientali “a rischio” andrebbe attuata soprattutto in quelle situazioni dove la congestione del turismo di massa sta già determinando ingenti danni al patrimonio culturale e ambientale.



Soltanto un uso consapevole e corretto di strumenti quali l'elasticità della domanda dei turisti e la "rendita del consumatore", può consentire che, nella ristrutturazione del settore turistico, nelle diverse regioni europee, specie quelle Mediterranee, venga invertita la tendenza alla "svendita" di risorse scarse e di grande valore (risorse idriche, terreni panoramici, lavoro specializzato) che vengono sottratte al settore tradizionale senza una adeguata contropartita economica.

*Criteri di solidarietà sociale.* La coesistenza, in ristrette zone marginali (per lo più insulari o montane) di turisti ricchi e di popolazioni locali povere, determina sensibili conseguenze sociali. In questa sede vorremmo sottolineare soprattutto come l'ostentata opulenza dei turisti venga recepita dai residenti non solo come un segno di superiorità economica – derivante dalle competenze professionali e tecnologiche espletate nei loro Paesi di origine – ma come una vera e propria superiorità culturale. In altri termini, scatta quel famigerato fenomeno che gli economisti chiamano "effetto di dimostrazione", cioè l'invidia per uno "stile di vita" che i locali considerano assolutamente irraggiungibile, se non con espedienti al limite della legalità. Tale fenomeno – che rischia di verificarsi in tutte le situazioni di coesistenza tra locali e occidentali, anche quelli mossi dai più nobili intendimenti, come i "cooperanti" delle Organizzazioni non Governative (ONG) – non facilita quel "dialogo culturale" tra i portatori di valori diversi, ma di pari dignità, che dovrebbe essere invece una delle ricadute positive del turismo.

Il "genocidio culturale" provocato dall'ostentata superiorità dello "stile di vita" dei turisti è stato oggetto, nel 2001, di un significativo Messaggio di Giovanni Paolo II. In tale documento si sottolinea come la globalizzazione caratterizzi ormai anche i flussi del turismo di massa, con taluni effetti positivi per coloro che lo praticano e per le comunità di accoglienza. Infatti "esiste una coscienza generalizzata dell'importanza delle grandi opere d'arte, come segni dell'identità delle civiltà, e si accresce sempre più l'esigenza della loro protezione da parte anche della comunità internazionale". Tuttavia, si fa notare nel documento pontificio "in alcuni luoghi, però, il turismo di massa ha generato una forma di sotto-cultura che avvilisce sia il turista, sia la comunità che l'accoglie: si tende a strumentalizzare a fini commerciali le vestigia di civiltà primitive e i riti di iniziazione ancora viventi in alcune società tradizionali. Vi è il rischio di trasformare in beni di consumo per i turisti la cultura tradizionale, le cerimonie religiose e le feste etniche provocando un degrado radicale e irreversibile nelle culture delle comunità di accoglienza." In definitiva, si sottolinea nel Messaggio, è necessario un "turismo solidale" basato sulla partecipazione di tutti gli interessati al fine di garantire, agli abitanti delle località turistiche, un doveroso coinvolgimento nella pianificazione dell'attività turistica, ben precisandone limiti economici, ecologici o culturali. Tale coinvolgimento – coerentemente con il "principio di sussidiarietà", fondamento delle politiche della Unione Europea – deve realizzarsi soprattutto nelle aree arretrate, e comunque marginali sia della Unione Europea, sia soprattutto nei PVS: è infatti tra le popolazioni ivi residenti che il turismo può creare situazioni

“scandalose” per i principi della cultura localmente prevalente. *Criteri di sostenibilità ecologica*. La preoccupazione di evitare impatti ambientali negativi, specie se irreversibili, si pone spesso in conflitto con la diffusa opinione che “la tutela dell’ambiente è un lusso che i poveri non possono permettersi”. Tale opinione, diffusa non solo nel settore turistico, ma anche nell’industria e nell’agricoltura di molti Paesi lanciati sulla via del decollo economico, porta a scelte di investimento miopi, con la svendita di risorse naturali e ambientali che dovranno poi essere sostituite con il ricorso a tecnologie molto costose, e che rendono sempre più lo sviluppo locale dipendente dall’estero<sup>6</sup>. Del resto anche nell’Unione Europea la logica della prevenzione stenta ad imporsi, malgrado che risulti evidente come la ricostruzione degli ambienti degradati sia molto più costosa che la prevenzione nelle fasi iniziali del loro utilizzo. Bisogna pertanto attentamente verificare l’ottimistica ipotesi che la egemonia delle multinazionali alberghiere favorisca l’introduzione di criteri più rigorosi di sostenibilità ambientale.<sup>7</sup> Da una parte è infatti innegabile che tali multinazionali tenderanno ad operare in una logica di una più ampia lungimiranza, beneficiando anche di economie di scala e di tecnologie più avanzate, per esempio nella gestione dei rifiuti e nell’approvvigionamento idrico ed energetico. D’altra parte, tuttavia, è anche vero che tali imprese realizzeranno un rilevante drenaggio di risorse a scapito dei settori tradizionali: ciò costringerà le comunità locali ad una maggiore, miope aggressività nei riguardi delle risorse naturali e ambientali che, per loro, risulteranno via via più scarse. L’obiettivo di una più rigorosa applicazione del criterio di “sostenibilità ambientale” andrebbe integrato con quello della “solidarietà sociale”, al fine di arrestare – se non addirittura di invertire – il processo di disgregazione delle comunità locali: questa disgregazione deriva spesso dal fatto che al tradizionale lavoro comunitario dell’intera famiglia, nella agricoltura o nella pesca, tende a sostituirsi la dipendenza della famiglia da un solo membro, uomo o donna, occupato in attività connesse al turismo. Si perde così quella integrazione tra comunità locale e ambiente di vita che costituisce il fondamento della identità individuale e collettiva. A questa perdita fa riscontro uno smarrimento che, solo molto lentamente e a fatica, potrà essere compensato dalla convinzione – tipicamente prometeica e Occidentale – che sia possibile, nonché lecito agli umani, domare la natura con la tecnologia.

---

<sup>6</sup>La rapida e tumultuosa crescita di vari Paesi asiatici – in particolare la “Cindia” – ha un notevole rilievo anche per i flussi turistici internazionali. Su tale problema è in corso una ricerca coordinata dall’Autore, presso l’Università “La Sapienza” di Roma.

<sup>7</sup>La rilevanza della certificazione delle strutture turistiche, in particolare con i sistemi internazionali ISO e EMAS è stato oggetto di una ricerca i cui risultati sono sintetizzati in: Bizzarri C., Querini G. (2006), pp. 115-127.

### **Scenari di “governance” per lo sviluppo del turismo nel processo di integrazione europea**

Le strategie dell’Unione Europea costituiscono un quadro di riferimento per la ristrutturazione e il potenziamento dell’offerta turistica su scala mondiale: in tal senso va sottolineato che la crescita e la “governance” del turismo sono fortemente condizionate dal progressivo realizzarsi, su scala mondiale, della globalizzazione economica. Negli ultimi anni il settore turistico europeo è stato caratterizzato da due fenomeni: da una parte la perdita di competitività delle località balneari, penalizzate dalla concorrenza dei P.T.M. e dei Paesi in via di sviluppo tropicali; dall’altro il rapido espandersi di nuovi segmenti di mercato come l’ecoturismo e il turismo legato ad eventi culturali nelle “città d’arte”. Tuttavia la caratteristica più rilevante del settore turistico rimane la forte concentrazione dell’offerta nelle aree balneari e nelle città d’arte e la persistente arretratezza – qualitativa oltre che quantitativa – dei servizi turistici offerti nelle regioni marginali e insulari.

Per quanto riguarda i criteri di gestione, il sistema turistico europeo sta rapidamente evolvendo verso la centralità della “soddisfazione del cliente”, elemento determinante della competitività nel settore dell’ospitalità. Un’ulteriore caratteristica collegata alla “soddisfazione del cliente”, è il sorgere di una molteplicità di aziende nei settori dell’ecoturismo, del turismo culturale e termale: tali aziende sono in genere altamente specializzate e operano in contesti definibili “di nicchia”. In tutte queste situazioni, la segmentazione della offerta turistica rappresenta una condizione per conciliare efficienza economica e sostenibilità ambientale. Problemi di ristrutturazione si pongono non solo alle aziende private, ma anche nel settore pubblico. Negli ultimi anni, infatti, gli enti locali, in particolare i comuni, tendono ad adottare criteri di profittabilità privata anche nella gestione di gran parte dei beni culturali: musei, monumenti, città d’arte, manifestazioni folcloristiche, ecc.. Per gli operatori turistici (agenzie di viaggio, alberghi, ristoranti, impianti di balneazione, ecc.) tali attrattive turistiche costituiscono “economie esterne” delle quali beneficiano notevolmente, contribuendo però solo in misura ridottissima (biglietti d’ingresso, tasse di soggiorno, ecc.) alla relativa gestione e manutenzione. Tale contributo è ancora più modesto per le risorse naturali ed ambientali “liberamente accessibili” — paesaggi marini e montani, coste e spiagge, flora e fauna tipici — per la conservazione delle quali, peraltro, le attività turistiche costituiscono spesso una minaccia tanto più grave, quanto più efficiente e capillare è il sistema dei trasporti.

L’attività turistica — in quanto finalizzata al trasferimento di persone in particolari località di elevato interesse culturale e paesaggistico — ha un inevitabile impatto ambientale negativo. Anche in questo caso il problema va considerato da un duplice punto di vista: da una parte è necessario individuare la combinazione ottimale di vantaggi economici e di costi ambientali, internizzando questi ultimi nei

calcoli di profittabilità privata; dall'altra si deve intervenire per mitigare gli impatti ambientale negativi, regolamentando le modalità di svolgimento delle attività turistiche. Un problema ampiamente dibattuto a livello europeo, che riveste grande rilevanza anche in Italia, è l'attuazione di strategie per conciliare la massimizzazione dei vantaggi economici con la sostenibilità ambientale.

A tal fine gli operatori del settore dovrebbero individuare con precisione la domanda di servizi turistici di ciascun individuo e/o gruppo, al fine di evitare "sprechi di mobilità". In altri termini, è necessario tenere conto, ad esempio, che condurre al Louvre le comitive di famiglie interessate a Disneyland crea una serie di "diseconomie ambientali" — congestione del traffico a Parigi, affollamento e rumore nelle sale del museo, ecc. — senza un reale aumento di benessere per i visitatori stessi. Analogamente, nelle località costiere andrebbero tenuti separati i flussi del turismo balneare dai flussi di turismo culturale: quest'ultimo è infatti del tutto irrilevante per i "turisti balneari", spesso non interessati, nei limiti di tempo e disposizione per la vacanza, a comprendere e ad apprezzare musei, teatri, templi, ecc.. Anche l'accesso ai parchi naturali — spesso minacciati dal sovrappollamento da parte di turisti incompetenti e distratti — andrebbe regolamentato con criteri di selettività, specie nelle aree ecologicamente più fragili. In Europa, e in particolare nelle località turistiche del Mediterraneo, spesso particolarmente fragili e vulnerabili all'impatto negativo del turismo di massa, la sostenibilità ambientale impone di ristrutturare a fondo le attività turistiche: pertanto andrebbero maggiormente differenziate le mete di destinazione, anche al fine di utilizzare il turismo come uno strumento per le politiche di sviluppo economico e sociale delle regioni periferiche. A tale proposito va notato che i costi ambientali connessi alla mobilità dei turisti potrebbero essere sensibilmente ridotti se si diffondesse una informazione, oggettiva e capillare; tale informazione dovrebbe evidenziare i vantaggi, in termini di effettiva godibilità delle risorse culturali ed ambientali, della diluizione delle vacanze su tutto l'arco dell'anno, evitando la concentrazione nei periodi cosiddetti di "alta stagione". La tendenza ad arginare le moltitudini di clienti con bassa capacità di spesa è già in atto in varie località turistiche: questo fenomeno è un chiaro sintomo della ormai diffusa convinzione che l'afflusso di una grande massa di turisti stranieri, i quali cercano servizi turistici a basso costo, non può essere un obiettivo prioritario per l'offerta turistica, specie nelle aree già congestionate dei Paesi Mediterranei. Da questa analisi derivano strategie di politica turistica innovativa, decisamente orientate a "segmentare" l'offerta, contestando la tendenza ancora molto diffusa alla "onnicomprendività" dei pacchetti turistici. In altri termini è da ogni punto di vista inefficiente trascinare nei musei i turisti interessati solo allo "shopping", come pure far arrostire al sole i turisti interessati alle città d'arte e agli eventi culturali.

Notevoli risparmi di risorse culturali e ambientali — attualmente degradate da un indifferenziato "turismo di massa" a basso prezzo — potrebbero essere conseguiti convogliando l'afflusso di turisti in "canali differenziati" sulla base di una

segmentazione operata in base alle diverse tipologie della domanda.

Condivisibile è pertanto l'opinione di Vaccaro (2005): "se esiste una quota di mercato che si muove solo sulla base di spesa e prezzi molto elevati, su tale mercato devono competere solo le tipologie di offerta e le aree del paese che abbiano da offrire un'adeguata qualità di servizi, mentre non devono competere i contesti che si rivolgono a "target" di domanda media."

Una generica promozione delle destinazioni turistiche europee rischia di avere una efficacia molto modesta sul mercato internazionale: in effetti i fattori di attrazione delle varie tipologie di offerta turistica si esprimono, con efficacia differenziata, sui diversi segmenti di mercato. Per migliorare la competitività dell'offerta si deve pertanto mirare non solo alle diverse tipologie di domanda, ma anche ai relativi Paesi d'origine.<sup>8</sup> Nella segmentazione dell'offerta turistica bisogna differenziare da una parte l'offerta di servizi per il turismo stanziale – caratterizzato prevalentemente dal soggiorno – dall'altra quella per il turismo itinerante, che si concretizza prevalentemente nel "viaggiare" da una località all'altra. Va sottolineato, a tale proposito, che i turisti che hanno come obiettivo il soggiorno in località balneari, montane e termali provengono tradizionalmente da un numero ristretto di Paesi, per lo più dell'Europa Settentrionale. Il turismo culturale invece attrae i turisti da ogni parte del mondo. La concorrenza è pertanto meno accentuata nel turismo culturale che per gli altri tipi di turismo, caratterizzati generalmente da una maggiore "elasticità-prezzo". Nella maggior parte dei Paesi a reddito elevato come quelli della Unione Europea – a differenza che nei P.V.S. – la variabile "prezzo" è determinata da un largo spettro di fattori, in gran parte esogeni rispetto al settore turistico. Pertanto ogni strategia finalizzata all'aumento della competitività deve mirare soprattutto a migliorare la qualità dei servizi offerti alle varie categorie turisti, opportunamente segmentati per capacità di spesa: in effetti calmierare i prezzi appare un obiettivo molto più difficile da conseguire. La qualità, non il prezzo, appare la variabile strategica sulla quale contare per avere un rilancio del turismo nell'Unione Europea, e in particolare nelle sue regioni Mediterranee.

## Conclusioni

In conclusione, un rilevante miglioramento dei benefici economici e sociali derivanti dall'afflusso di turisti stranieri nell'Unione Europea può essere conseguito solo con un "turismo di qualità". In questa strategia, il mercato va

---

<sup>8</sup>Per individuare, poi - con criteri analiticamente rigorosi e staticamente funzionali - i segmenti di mercato maggiormente sensibili ai vari aspetti della competitività, sono necessarie altre segmentazioni della domanda turistica: per tipo di località visitata, per regione visitata, per paese di provenienza, per mezzo di trasporto utilizzato, per tipo e categoria di alloggio utilizzato, per mese del viaggio e del soggiorno, per classe di età, e per altre caratteristiche socio-demografiche dei turisti. Come fa rilevare Vaccaro G. (2005, p. 123), i dati necessari per questo tipo di analisi sono particolarmente carenti sia in Italia che a livello internazionale.

governato e “segmentato” al fine di tenere distinte le diverse tipologie di turisti. Da una parte coloro che, disposti a spendere cifre elevate per servizi di lusso, che pretendono canali privilegiati anche per l’accesso alle infrastrutture di trasporto, ai musei, agli eventi culturali e sportivi. Dall’altra parte l’afflusso dei “turisti di massa” – anch’essi destinatari di un “turismo di qualità” – ma in corsie differenziate, che non interferiscano, “congestionandoli e inquinandoli” – con i segmenti riservati ai turisti di elevata capacità di spesa. L’interazione tra la crescita del turismo interno e turismo internazionale può da una parte costituire una grande occasione per l’Unione Europea per rafforzare la coesione culturale ed economica tra i Paesi Membri, dall’altro una sfida per partecipare da protagonista nei processi di globalizzazione a livello mondiale.

### **Riferimenti bibliografici**

- Bizzarri C., Querini G., (2006), *Economia del turismo sostenibile - Analisi teorica e casi studio*, Franco Angeli
- Busetta P. (2006): *Mezzogiorno, piattaforma logistica del Mediterraneo nell’era della globalizzazione*, in Atti XLIII Riunione Scientifica S.I.E.D.S., Palermo 26 Maggio
- European Tourism Ministers’ Conference (2006): *Tourism and Culture: Partnership for Growth and Employment*, Vienna, 20 March.
- European Union (2006): *The European Environment: State and Outlook 2005*, Luxembourg
- Eurostat (2001): *Tourism Trends in Mediterranean Countries*, Comunità Europea, Bruxelles
- Gladstone D. (2005): *From Pilgrimage to Package Tour: Travel and Tourism in the Third World*, Routledge
- Istituto Nazionale Ricerche sul Turismo – I.S.N.A.R.T. (2003): *Il destino delle imprese turistiche*, Roma
- Latouche S. (2005): *Come sopravvivere allo sviluppo*, Boringhieri
- Noirfalise A. (1988) : *Paysages: l’Europe de la diversité* , Office Publications C.E. Luxembourg.
- Querini G. (2007): *La tutela dell’ambiente nell’Unione Europea*, Franco Angeli
- Querini G., Creaco S. (2005). *The Role of Environmental Certification In Sustainable Tourism*. Economia, Impresa e Mercati Finanziari. vol. 1
- Querini G. (2006). *Il potenziamento delle infrastrutture per uno sviluppo turistico sostenibile.*, Palermo, Convegno SIEDS. 25-27 MAGGIO.
- Vaccaro G. (2005): *La competitività internazionale dell’offerta turistica italiana*, in “Studi e Note di Economia”, n° 1, pp. 113-149
- WTO Commission for Europe (CEU) (2006): *Tourism Market Trends 2005 - Europe* , Madrid

WTO Commission for Europe (CEU) (2001):*Tourism 2020 Vision - Europe* , Madrid

WTO Commission for Europe (CEU) (2002):*Promotion of the Tourist Image of European Destinations on Competitive International Markets* , Madrid

WTO Commission for Europe (CEU) (2004): *European Integration in the Era of the European Union's Enlargement and the Development of Tourism*, Madrid