

COMPORTAMENTO PRO-AMBIENTALE E TURISMO SOSTENIBILE

Roberta Maeran

Dipartimento di Psicologia Applicata
Università degli Studi di Padova

Loredana Scolozzi

Laurea Specialistica in Psicologia Sociale, del Lavoro e della Comunicazione
Università degli Studi di Padova

COMPORAMENTO PRO-AMBIENTALE E TURISMO SOSTENIBILE

RIASSUNTO

Il turismo sostenibile nasce per far fronte all'impatto negativo generato dal turismo di massa e ha l'obiettivo di coinvolgere i membri ospitanti nella sua gestione, fornire benefici tangibili, contribuire alla realizzazione del miglioramento della qualità della vita, sviluppare e non distruggere l'ambiente fisico e culturale. Viene presentata una ricerca che, riprendendo il modello proposto da Dolnicar e Leisch (2008), pone in relazione il comportamento pro-ambientale messo in atto nella vita quotidiana e il modo di comportarsi delle persone durante l'esperienza turistica. Il campione è composto da 140 persone con un'età media di 32 anni.

Parole chiave: turismo sostenibile, comportamento pro-ambientale, stili di comportamento.

PRO-ENVIRONMENTAL BEHAVIOR AND SUSTAINABLE TOURISM

ABSTRACT

Sustainable Tourism was established to address the negative impact generated by tourism and aims to involve members of the host, provide tangible benefits, contribute to improving the quality of life, improve and not destroy the physical environment and cultural, to be managed by the host community. It is proposed a search that, returning to the model proposed by Dolnicar and Leisch (2008), relates the pro-environmental behavior acted out in daily life and behavior of people during the tourist experience. The sample consisted of 140 people with an average age of 32 years

Keywords: sustainable tourism, pro-environmental behavior, styles of behavior.

Introduzione

Il Turismo Sostenibile nasce come risposta al forte impatto provocato dal turismo di massa e ha come elemento centrale la gestione delle risorse socio-culturali e naturali della comunità di accoglienza al fine di promuovere il benessere economico, senza alterarne il capitale culturale, con la realizzazione di un'equa distribuzione tra costi e benefici assicurando da un lato, l'autosufficienza e dall'altro, la soddisfazione dei turisti (Briassoulis 2002). Oggi è ormai chiaro quanto il turismo giochi un ruolo fondamentale nella realizzazione del cambiamento sociale, tanto da poterlo definire un *fenomeno sociale*.

Al *turismo sostenibile* o *eco-turismo* è stato attribuito il potere di rinnovare l'orgoglio culturale delle comunità ospitanti (Epler Wood 2002), responsabilizzare i popoli locali (Scheyvens 1999) e proteggere la biodiversità (Christ, Hillel, Matus & Sweting 2003).

Lo sviluppo sostenibile si poggia su tre elementi integrati: ecologico, socio-culturale e economico e su tre principi fondamentali: futuro, equità e olistico.

L'idea di un turismo sostenibile implica il riconoscimento degli impatti negativi (Swarbrooke 1999) e la conseguente necessità di gestire le risorse naturali e socio-culturali della comunità di appartenenza, per garantirne il benessere naturale.

Saarinen (2006) utilizza il concetto di *capacità di carico* focalizzando l'attenzione su quelle attività che possono essere svolte in un territorio senza che ciò comporti gravi danni alle risorse naturali, economiche, socio-culturali, preesistenti. Secondo tale prospettiva, *“basata sulla tradizione*, lo sviluppo delle attività turistiche non può non essere associato alle risorse locali e da queste deve dipendere.

Secondo Dolnicar e Leisch (2008), vi è l'esigenza di raggiungere livelli più elevati di sostenibilità ambientale a lungo termine e di ridefinire il rapporto tra l'uomo e l'ambiente; i turisti, infatti, sono sempre più spinti dalla motivazione di visitare aree naturali intatte e inviolate e di aumentare la coscienza ambientale. Pertanto, l'analisi di tali Autori è rivolta da un lato ad evidenziare le caratteristiche dei turisti che assumono un comportamento significativamente pro-ambientale e, dall'altro, a sottolineare la necessità di proporre un modello di marketing e di commercializzazione che sia, almeno in alcune località, ristretto a questo segmento di turisti. Una possibile via di integrazione ambientale nella pianificazione del turismo è quella di attrarre consumatori eco-compatibili, cioè intrinsecamente interessati a proteggere l'ambiente adottando un comportamento responsabile, verso la conservazione ambientale e culturale. Dolnicar (2004) ha ipotizzato, inoltre, che le persone che considerano importante un ambiente incontaminato nelle loro vacanze, sono anche più rispettose ed utilizzano comportamenti differenti rispetto alle altre tipologie di turisti. A tal proposito, Fairweather, Maslin e Simmons (2005) in uno studio sugli atteggiamenti verso le risorse naturali, hanno denominato questa nuova categoria, turisti biocentrici, cioè fortemente motivati alla salvaguardia dell'ambiente e maggiormente inclini a fruire una forma di turismo volto verso la sostenibilità e lo sviluppo socio-culturale, durante la vacanza amano praticare attività sportive, conoscere ed interagire con la gente del posto e vivere la natura.

La ricerca

Obiettivi e ipotesi

Partendo dallo studio condotto da Dolnicar e Leisch (2008), la ricerca ha come scopo quello di acquisire conoscenze nel settore del turismo sostenibile, indagando quali sono le caratteristiche dei turisti, legate in modo significativo al comportamento pro-ambientale (o eco-compatibile), cioè volto alla salvaguardia dell'ambiente circostante e al rispetto delle abitudini e dell'assetto culturale del popolo ospitante. L'ipotesi di base è che possa esistere una relazione tra i comportamenti messi in atto nella vita quotidiana rispetto a quelli adottati durante un'esperienza turistica.

In particolare si ipotizza che:

H1: l'utilizzo di un comportamento pro-ambientale nella vita quotidiana influenzi il modo di comportarsi in vacanza;

H2: le persone che adottano un comportamento pro-ambientale sono spinte da motivazioni differenti nella scelta turistica;

H3: le persone che adottano un comportamento pro-ambientale prediligono per le loro vacanze siti turistici poco convenzionali e periodi dell'anno meno caotici.

Lo strumento

È stato predisposto un questionario suddiviso in cinque aree: area 1): una scala per indagare il comportamento nella vita quotidiana: (19 su 25 item della scala di Dolnicar e Leisch); area 2): una scala per il comportamento di viaggio (40 item); area 3): località turistiche preferite (10 item); area 4): periodo dell'anno: domanda scelta multipla; area 5): acquisizione di informazioni prima della partenza: domanda scelta multipla. Lo strumento si chiude con una scheda socio-anagrafica.

Campione

Il questionario è stato sottoposto ad un campione di 140 partecipanti, di età compresa tra i 18 e i 66 anni, con una media di 32,07 e deviazione standard di 11,72. In particolare hanno partecipato alla ricerca 79 maschi (56,4%) e 61 femmine (il restante 43,6%); dal momento che i soggetti provenivano da varie regioni d'Italia, sono stati suddivisi in due gruppi in base alla residenza: 71 partecipanti (50,7%) del Nord e 69 (49,3%) del Centro-Sud. Una caratteristica comune di tutti i soggetti era quella di aver fatto, in passato, almeno un'esperienza turistica.

Presentazione e discussione dei dati

La prima scala cercava di indagare quanto i partecipanti nella vita quotidiana, fossero o meno rispettosi verso l'ambiente, cioè adottassero tutti quegli stili comportamentali definiti "amichevoli" nei confronti dell'ambiente.

Analizzando le medie di questa prima scala sono stati individuati tre sottocampioni ognuno dei quali presentava particolari caratteristiche. Tale obiettivo è stato raggiunto separando le distribuzioni di frequenza dei punteggi in terzili. L'analisi utilizzata risulta convalidata da un valore pari a 0.81 del coefficiente di affidabilità (Alfa di Cronbach).

- Il *gruppo 1* è formato dagli intervistati che hanno presentato un basso punteggio nella scala, precisamente da 0 a 54 (primo terzile) e che sono dunque caratterizzati da un basso comportamento Pro-ambientale. Questo gruppo è rappresentato dal 35,7% dei partecipanti.
- Del *gruppo 2* fanno parte gli intervistati che hanno conseguito un punteggio medio nella distribuzione, da 55 a 61 (secondo terzile) e che di conseguenza utilizzano un comportamento Pro-ambientale mediamente alto; il loro rapporto con l'ambiente risulta essere "amichevole" soltanto in determinate occasioni. Il 32,9% dei partecipanti è incluso in questa categoria.
- Infine, il *gruppo 3* è costituito dai soggetti con un alto punteggio, da 62 in poi, che utilizzano nella vita di ogni giorno un alto comportamento Pro-ambientale, e che rappresentano il restante 31,4% dei partecipanti. Queste persone praticano la raccolta differenziata di diversi materiali in maniera sistematica, utilizzano la bicicletta o i mezzi pubblici per spostarsi, cercano il modo per riutilizzare, se possibile, alcuni oggetti e acquistano prodotti biologici.

Successivamente si è ipotizzato che il gruppo maggiormente motivato verso la salvaguardia

ambientale (variabile indipendente) e, dunque, più incline ad attuare comportamenti mirati alla sua difesa (*gruppo 3*) sarebbe stato spinto da motivazioni diverse rispetto agli altri, nella scelta della vacanza avrebbe adottato misure comportamentali maggiormente sensibili al rispetto ecologico e socio-culturale del sito visitato (variabile dipendente). Si è proceduto inizialmente con un'analisi fattoriale (metodo delle componenti principali). Sono stati estratti quattro fattori, che spiegano il 45,36% di varianza totale:

- Fattore 1 - *Relazioni culturali*: (varianza spiegata 13.19) comprende gli item che si riferiscono alle relazioni dei turisti con la popolazione locale (incontri culturali, usi e costumi del loco, tendenze culinarie, patrimonio storico distintivo, eventi folkloristici).
- Fattore 2 - *Relazioni con l'ambiente*: (varianza spiegata 11.27) si riferisce agli item relativi al rapporto con l'ambiente naturale (l'amore per la natura, per il paesaggio incontaminato, la necessità di trovare poco affollamento).
- Fattore 3 - *Attività ricreative*: (varianza spiegata 10.68) comprende la propensione dei soggetti ad utilizzare la propria vacanza per spronare la voglia di creatività, in particolare, praticando sport entusiasmanti ed emozionanti, sempre alla ricerca di nuove sfide e alla scoperta di nuovi posti, anche poco conosciuti o esplorati. Di questa categoria fanno parte anche item relativi ai mezzi di trasporto: chi si rispecchia in tale tipologia di vacanza di solito tende a raggiungere il sito con mezzi pubblici e utilizza mezzi poco o per niente inquinanti per gli spostamenti nel luogo di villeggiatura.
- Fattore 4 - *Benessere e relax*: (varianza spiegata 10.19) si riferisce all'abitudine dei soggetti a prediligere una tipologia di villeggiatura confortevole, di alta qualità, che genera una sensazione di benessere e sicurezza. In questo caso i turisti sono interessati all'offerta globale del sito e preferiscono praticare attività rilassanti (come cura del corpo, shopping, ecc.) per spezzare la routine e il caos di tutti i giorni.

A questo punto, per trovare una relazione tra i tre sottocampioni, individuati tramite il comportamento praticato nella vita quotidiana, con i quattro fattori relativi alle diverse tipologie di approccio turistico, si è applicata l'analisi Multivariata (MANOVA).

A livello multivariato le analisi rilevano l'esistenza di una relazione significativa tra il tipo di comportamento adottato nella vita quotidiana e la tipologia di vacanza preferita dai turisti ($F(8, 270) = 6.61, p < .05$). Per valutare gli effetti della variabile indipendente su ciascun fattore separatamente è stato utilizzato il Test Univariato degli Effetti tra i Soggetti. I risultati, riportati in tabella 1, dimostrano che vi è una relazione significativa tra il comportamento Pro-ambientale e i primi tre fattori. Di conseguenza, le prime due ipotesi possono essere confermate: non solo l'utilizzo di un comportamento particolarmente sensibile verso l'aspetto eco-ambientale si dimostra predittivo verso il successivo modo di comportarsi in vacanza, ma determina anche lo stile di vacanza preferito o maggiormente adottato dalle persone.

	Variabile dipendente	Somma dei quadrati Tipo III	Df	Media dei quadrati	F	Sig.
COMPORTAM. PRO-AMBIENTALE	Relazioni Culturali	605.817	2	302.908	10.583	.000
	Relazioni con l'Ambiente	1077.216	2	538.608	16.220	.000
	Attività Ricreative	676.607	2	338.304	8.431	.000
	Benessere e Relax	100.404	2	50.202	1.286	.280

Tabella 1: Test degli Effetti tra i Soggetti

La terza parte del questionario voleva valutare (H3) se il tipo di comportamento adottato dai

soggetti verso l'ambiente (variabile indipendente) potesse determinare la scelta futura o la preferenza verso determinate località turistiche (variabile dipendente). Anche in questo caso a livello multivariato (MANOVA) è emersa una significativa relazione che, esaminata a livello Univariato tramite il Test degli Effetti tra Soggetti chiarisce e conferma l'ipotesi, almeno per quanto riguarda alcuni siti particolari: i soggetti con un alto comportamento Pro-ambientale, infatti, sono più degli altri, inclini a scegliere per le proprie vacanze, siti archeologici ($F(2,134) = 5.14, p < .05$), itinerari ecologici come parchi naturali o grotte ($F(2,134) = 15.46, p < .05$), presentando un alto gradimento anche verso le escursioni ($F(2,134) = 10.32, p < .05$). I partecipanti con basso punteggio Pro-ambientale, invece, non risultano particolarmente amanti di tali tipologie di destinazioni. Dalle analisi, però, non è stata trovata alcuna relazione tra lo stile comportamentale nella vita quotidiana e la scelta delle altre località proposte, che vengono fruite allo stesso modo dai turisti intervistati.

Per questa scala è stato successivamente calcolato il coefficiente di correlazione di Pearson tra comportamento Pro-ambientale e la scelta della località.

I risultati confermano quanto emerso nella MANOVA: più precisamente si evidenzia una relazione significativa tra l'alto punteggio di comportamento Pro-ambientale con le tre tipologie di sito turistico sopra citate (siti archeologici $r = .274, p < .01$, itinerari ecologico $r = .461, p < .01$, escursioni $r = .372, p < .01$), ma in più, si riscontra una relazione anche con il gradimento verso gli itinerari culturali $r = .196, p < .05$, che riservano particolare attenzione ad aspetti come il folklore, la cucina o l'artigianato locale.

Per l'analisi delle ultime due componenti del questionario relative al periodo dell'anno preferito per andare in vacanza e all'acquisizione di informazioni prima del viaggio si è ricorsi al Test del Chi Quadro. Per quanto concerne il periodo dell'anno, si è notata l'esistenza di una significativa relazione tra un alto comportamento Pro-ambientale e la scelta di andare in vacanza nei periodi meno affollati ($X^2(2) = 11.003, p < .01$). Per quanto riguarda l'acquisizione di informazioni prima della vacanza si è riscontrata una leggera tendenza da parte dei turisti Pro-ambientali a consultare opuscoli dei paesi/regioni/province da visitare ($X^2(2) = 5.744, p < .01$), ma il dato che risulta significativo è che essi traggono principalmente informazioni da articoli dei media ($X^2(2) = 7.629, p < .01$) o da guide turistiche ($X^2(2) = 9.477, p < .01$).

Infine, ulteriori analisi sono state condotte anche per verificare se la tendenza a preferire vacanze di un certo tipo fosse collegata ad alcuni aspetti socio-culturali dei partecipanti, come l'età, il genere, la residenza o il titolo di studio.

Per quanto riguarda l'età si è applicata l'Anova Univariata; i soggetti più anziani hanno la tendenza ad utilizzare un alto comportamento Pro-ambientale ($F(2, 137) = 4.85, p < .05$), dunque maggiormente sensibile verso le problematiche ecologiche e la salvaguardia dell'ambiente. Ciò rende questa categoria più incline a scegliere un tipo di vacanza che si dimostri aperta a relazionarsi con la cultura del loco, ad usufruire in maniera consapevole dell'ambiente circostante e a praticare attività ricreative che non danneggino l'ecosistema. I soggetti di età più giovane tenderebbero, invece, a praticare una tipologia di villeggiatura meno propensa alla pratica di tali aspetti preferendo, probabilmente, nelle loro vacanze, divertimento e vita notturna, dal momento che queste due caratteristiche evidenziano una relazione negativa con i tre fattori presi in considerazione.

I risultati che emergono dal Test del Chi Quadrato non evidenziano alcuna relazione tra la residenza dei soggetti e l'attitudine a mettere in pratica un comportamento Pro-ambientale ($X^2(2) = 4.658, p > .01$) e, di conseguenza, ad effettuare particolari tipi di viaggi turistici. Mediante il T Test (medie del punteggio relativo al comportamento Pro-ambientale) si riscontra una relazione significativa: i soggetti provenienti dal Nord Italia sono maggiormente disposti ad attuare comportamenti che si dimostrano "amichevoli" nei confronti dell'ambiente, rispetto ai partecipanti del Centro-Sud (significatività $p < .05$).

Relativamente al genere si può notare che il comportamento di tipo Pro-ambientale risulta essere maggiormente associato alle donne piuttosto che agli uomini ($X^2(2) = 8.410, p < .01$). Le donne applicando nella vita quotidiana un comportamento meno "aggressivo" e dunque di tutela nei confronti dell'ambiente, sono allo stesso tempo maggiormente motivate, rispetto agli uomini, a fruire di una villeggiatura eco-compatibile (rispettare e mantenere inalterate le risorse naturali del sito visitato).

Infine, non emergono differenze significative tra il titolo di studio dei partecipanti e il

comportamento nella vita quotidiana o in vacanza, verso i temi dell'eco-sostenibilità ($X^2(4) = 3.231$, $p > .01$).

È stata svolta, inoltre, una seconda analisi confrontando a coppie i vari livelli della variabile indipendente, cioè i tre gruppi di comportamento, tramite il test Post-hoc, che ha portato agli stessi risultati.

Per quanto riguarda il *fattore 1 - relazioni culturali*, comparando le medie si nota come il gruppo con basso comportamento Pro-ambientale sia negativamente correlato; i gruppi con un comportamento medio ed alto correlano con questo fattore, invece, in modo significativo. Si può concludere che quanto più il comportamento adottato nella vita quotidiana rispecchia i canoni sopra citati di eco-sostenibilità, tanto maggiore sarà la predisposizione ad attuare stili turistici che prediligono il confronto socio-culturale con le popolazioni locali.

In modo analogo, se confrontiamo a coppie i tre gruppi relativi al comportamento con il *fattore 3 - attività ricreative*, emerge la stessa relazione: il gruppo con basso punteggio correla negativamente sia con il gruppo medio che con quello alto, differenziandosi da questi, non solo per gli atteggiamenti e le abitudini praticate nella vita quotidiana ma anche per lo stile comportamentale adottato in vacanza (tra gli altri due gruppi non si evidenziano differenze significative). Viene confermata, pertanto, la tendenza già riscontrata nelle analisi svolte a livello multivariato: le persone poco Pro-ambientali fruiscono in minor misura degli altri, di una tipologia di vacanza volta alla ricerca di attività sportive o comunque da svolgersi all'aperto, alla scoperta di nuovi posti, al contatto con la natura, alla voglia di vivere emozioni travolgenti.

Relativamente al *fattore 2 - relazioni con l'ambiente*, il primo gruppo di intervistati (basso comportamento Pro-ambientale) utilizza questa tipologia di vacanza molto poco frequentemente soprattutto se confrontato col gruppo 3 (mentre col gruppo 2 non risultano differenze significative). Dunque, il comportamento Pro-ambientale è associato con la presenza di questo fattore nel comportamento turistico solo se il punteggio ottenuto nella scala è molto alto.

Il quarto *fattore - benessere e relax* non risulta essere significativo per nessuno dei tre gruppi. Questo significa che la scelta di effettuare una tipologia di villeggiatura di alta qualità, dedicata al riposo o al benessere del corpo, dove tutto sia ben organizzato e dove non desti preoccupazioni di alcun genere, non dipende in maniera evidente dall'adozione o meno di un comportamento Pro-ambientale nella vita quotidiana.

Le analisi successive sono mirate a valutare la terza ipotesi (H3) secondo cui anche la scelta delle località turistiche ed il periodo dell'anno in cui effettuare la vacanza sarebbero influenzate dall'appartenenza ad uno dei tre gruppi di riferimento. Inoltre, si è voluto analizzare quale fosse il canale preferenziale utilizzato dai soggetti per acquisire le informazioni sul luogo da visitare e se esistessero, a tal proposito, differenze significative tra i tre gruppi.

Osservando le medie relative ad ogni tipologia di località, i siti balneari e le città d'arte sono quelle che maggiormente subiscono l'affluenza turistica, da parte di tutti e tre i sottocampioni esaminati. Tuttavia analizzando i dati con il Test Univariato si riscontra una significativa differenza nella scelta di visitare alcune destinazioni: le persone con un alto punteggio nella scala del comportamento Pro-ambientale si distinguono dalle altre per la tendenza generale a scegliere per le proprie vacanze, siti archeologici o itinerari ecologici come parchi naturali o grotte, e si dimostrano anche altamente attratte da viaggi che diano loro la possibilità di praticare escursioni e visitare posti nuovi. Non esiste nessuna relazione significativa tra il tipo di comportamento quotidiano con le altre tipologie di siti turistici, come località montane, balneari, di collina, termali, ecc. Considerando tale aspetto, si può dichiarare che, nonostante il turismo di massa si concentri particolarmente verso le zone balneari o le città d'arte, la scelta di queste destinazioni non dipende dal tipo di comportamento manifestato durante la vita quotidiana. Viceversa, questa variabile risulta importante nella decisione di fruire di siti archeologici, ecologici o escursioni, decisione che sembra essere legata ad uno stile comportamentale eco-compatibile.

L'analisi del coefficiente di correlazione di Pearson, effettuata con lo scopo di fornire un'ulteriore prova dei risultati, conferma quanto sopra citato; in più evidenzia l'esistenza di una relazione significativa, tra l'alto punteggio di comportamento Pro-ambientale con il gradimento verso gli itinerari culturali, che comprendono l'apprezzamento di aspetti come l'artigianato e la cucina locale, il folklore, ecc. Dalle analisi si nota che la seconda ipotesi (H2) è confermata solo in parte: l'idea che

le destinazioni scelte dai partecipanti siano frutto di una relazione col loro modo di fruire e di rapportarsi con l'ambiente circostante è vera solo per il gruppo con alto comportamento Pro-ambientale e per specifiche destinazioni turistiche. Per quanto riguarda gli altri due gruppi non è stata rilevata alcuna relazione significativa.

Lo stesso tipo di risultati emerge analizzando il periodo dell'anno maggiormente preso in esame dai turisti intervistati: si è notato che esiste una significativa relazione tra il comportamento Pro-ambientale e la scelta di andare in vacanza nei periodi meno affollati. Questo gruppo, quindi, tenderebbe a scartare, se possibile, i periodi in cui è maggiormente presente il fenomeno di turismo di massa, come quelli estivi o la settimana bianca.

Per quanto riguarda le fonti da cui i turisti prendono informazioni prima di effettuare una vacanza si è riscontrata una leggera tendenza dei turisti Pro-ambientali a consultare opuscoli dei paesi/regioni/province da visitare. La maggior parte dei soggetti appartenenti a questa categoria, però, preferisce essere informato da articoli dei media o da guide turistiche. Un dato significativo è che queste persone tendono a discostarsi dagli altri anche per quanto riguarda l'utilizzo di internet che risulta essere comunque un canale ormai utilizzato dalla maggior parte degli utenti, anche tra le altre cose, per richiedere informazioni circa le località turistiche. Sarebbe interessante determinare, con delle ricerche mirate, il motivo per cui tale canale così diffuso, ormai in ogni settore, sia invece poco utilizzato dal gruppo 3 a favore di modalità di acquisizione di informazione più tradizionali.

Conclusioni

La ricerca ha dimostrato che esistono delle nette differenze nello scegliere la tipologia di vacanza e tali preferenze potrebbero dare delle utili indicazioni su quali aspetti del sito turistico enfatizzare e quali, invece, nascondere. Il marketing selettivo, quindi rivolto ad un target ristretto può essere un'efficace misura preventiva contro gli importanti cambiamenti ecologici che si verificano in maniera sempre più evidente. In tal senso una riduzione del numero di visitatori non è inteso come un deficit ma come un guadagno nel rispetto dell'ambiente e della cultura ospitante.

BIBLIOGRAFIA

- Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the question of the commons. *Annals of Tourism Research*, 29, 4, 1065-1085.
- Christ, C., Hillel, O., Matus, S. & Sweeting, J. (2003). *Tourism and Biodiversity: Mapping Tourism's Global Footprint*. Washington DC: United Nations Environment Program and Conservation International.
- Dolnicar, S. (2004). Insight into sustainable tourist in Austria: data based a priori segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 12, 3, 209-218.
- Dolnicar, S. & Leisch, F. (2008). Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Management*, 29, 672-680.
- Epler Wood, M. (2002). *Ecotourism, Practices and Policies for Sustainability*. New York: United Nation Publicaton.
- Fairweather, J.R., Maslin, C. & Simmons, D.G. (2005). Environmental values and response among international visitors to New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 13, 1, 82-98.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33, 4, 1121-1140.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CAB International.